

Entwicklung einer Zukunftsstrategie für das Oberpfälzer Seenland

Schlussdokumentation

Haarbach, 4. April 2023

Unser Weg zum Zukunftsbild des Oberpfälzer Seenlandes



Höchste Form der Verdichtung
von Leistungen, Angeboten und Botschaften

Inhaltsverzeichnis

Nr.	Projektelement	Seite
1	<u>Einführung</u>	4
2	<u>Markenstrategische Hypothesen</u>	12
3	<u>Kernerkenntnisse aus den Hypothesen</u>	27
4	<u>Kernfrage des Projektes</u>	35
5	<u>Spitzenleistungen</u>	38
6	<u>Markenkern</u>	90
7	<u>Markenresonanzanalyse</u>	97
8	<u>Herleitung der Nr. 1-Positionierung</u>	107
9	<u>Formulierung der Nr. 1-Position</u>	140
10	<u>Ein-Wort-Wert</u>	163
11	<u>Leitplanken für die Umsetzung</u>	184
12	<u>Umsetzungsprogramme</u>	200
13	<u>Ausblick und Abschluss</u>	220
	<u>Impressum</u>	224

1. Einführung

Warum Marke?

Wirkung

Ursache



Marketing

Logo 

Marketing

Stilistik

Kontaktpunkte

Gestaltungsregeln

Strategische Prinzipien

Markenstrategie

Ein-Wort-Wert

Nr. 1-Positionierung

Wertesystem

Spitzenleistungen



Zeitalter des Hyperkonsum



Seen und Badeseen in Deutschland

Das Portal Seen.de bietet in seiner Datenbank allein in Deutschland 5399 Seen zur Auswahl an

Seen in Europa

» Andorra

» Belgien

» Bulgarien

» Deutschland

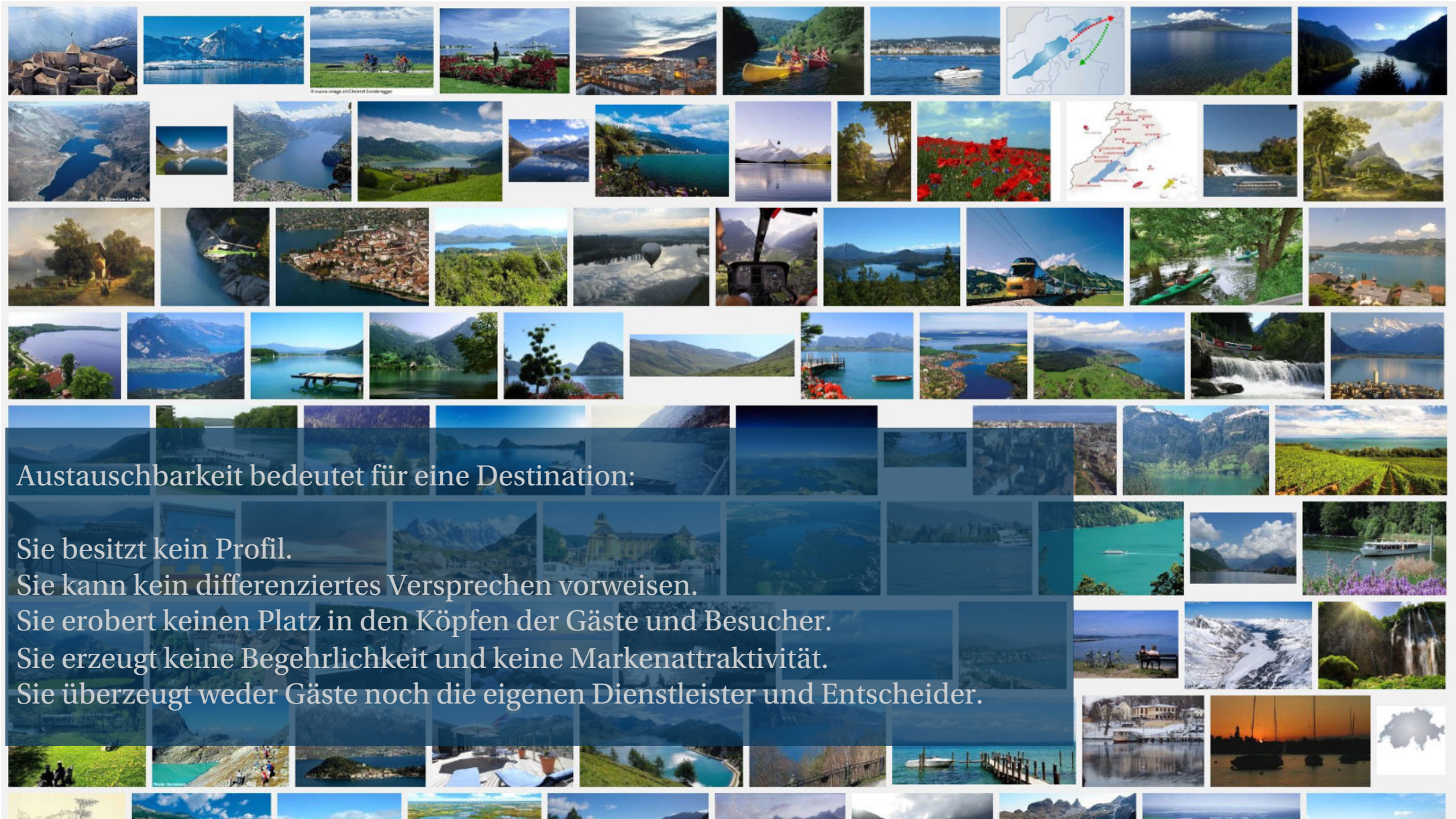
Seen und Badeseen in Deutschland

Dich interessieren **Seen in Deutschland**? Dann bist Du hier richtig! Wir stellen **5399 Seen** vor - ihre Lage, die Orte und Städte in der Nähe sowie natürlich weitere Seen in der Umgebung.





Der Mainstream macht Destinationen austauschbar



2. Markenstrategische Hypothesen

Erkenntnisse aus der Analyse der Marke Oberpfälzer Seenland

Quellen für unsere Analyse

Analyse von rund

200 MB Datenmaterial der
Tourist-Information

sowie Webseiten zahlreicher Seenland-Institutionen
und Akteure sowie deren Social-Media-Kanäle

Gesammelte Spitzenleistungen aus

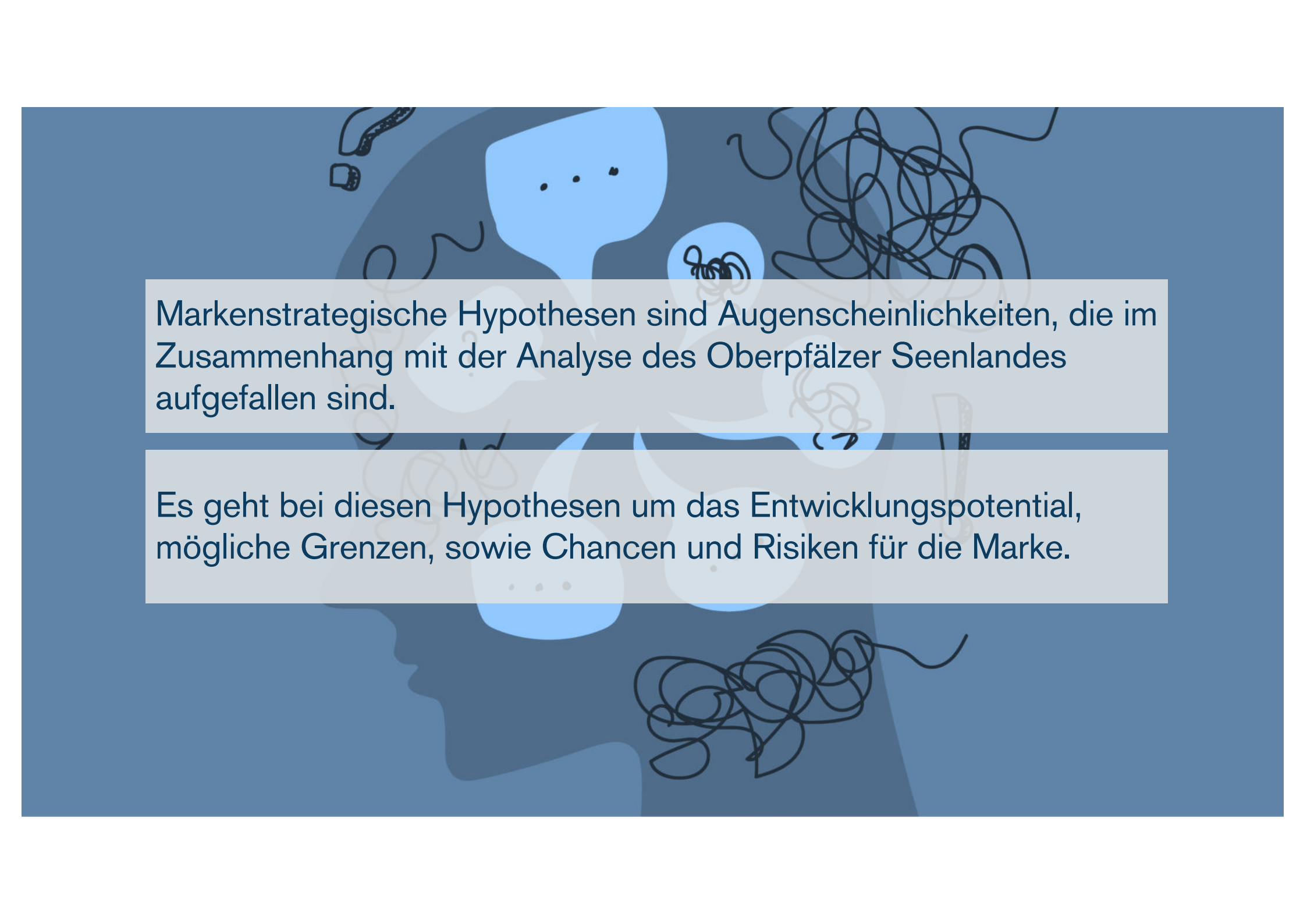
22 Büchern und Schriften

sowie aus verfügbaren ISEK-Gutachten der
Gemeinden, Märkte und Städte

Gesammelte Spitzenleistungen aus

28 internen
Interviews

mit Bürgerinnen und Bürgern,
Unternehmen, Kommunen und Organisationen



Markenstrategische Hypothesen sind Augenscheinlichkeiten, die im Zusammenhang mit der Analyse des Oberpfälzer Seenlandes aufgefallen sind.

Es geht bei diesen Hypothesen um das Entwicklungspotential, mögliche Grenzen, sowie Chancen und Risiken für die Marke.

1. Die größte Stärke im Oberpfälzer Seenland ist seine Vielfalt, die aber der vielen Möglichkeiten wegen, als austauschbar empfunden wird.





2. Kommunikation und Werbung für das Oberpfälzer Seenland sind besser als die Leistung.



3. Steinberger See und Murner See bewegen sich (zeitweise) an der Grenze zum Massentourismus.

4. Die Stagnation im Angebot hochwertiger Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe gefährdet die weitere Entwicklung des Oberpfälzer Seenlandes.



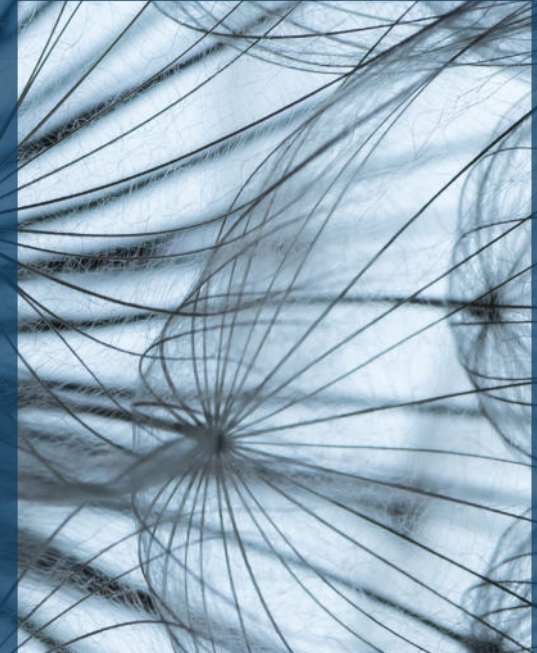


5. Im Wettbewerb um künftige Arbeitskräfte ist der Tourismus gegenüber Industrie und Gewerbe in der Region im Nachteil.



6. Das Oberpfälzer Seenland hat einen beeindruckenden Wandel vom Braunkohletagebau zur Tourismusdestination vollzogen, nutzt aber das Potenzial seiner Wurzeln zu wenig für einzigartige Erlebnisse.

7. • Das kulturelle Angebot der Gemeinden, Märkte und Städte wird auf der Ebene des Oberpfälzer Seenlandes zu wenig sichtbar.





8.

Dem Angebot im Oberpfälzer
Seenland fehlt es
themenübergreifend ein wenig an
Glanz, Liebe und Emotionalität.



9. Die Bevölkerung der Region nimmt das Oberpfälzer Seenland als gegeben wahr, misst dem Tourismus aber wenig Bedeutung zu.



10.

Im Oberpfälzer Seenland muss der Austausch untereinander ausgebaut werden, dafür fehlen aber die Formate und Initiativen.

Bewertung der Hypothesen durch das Projektteam (1 von 2)



#	Hypothese	stimme ich zu	stimme ich nicht zu
1	Die größte Stärke im Oberpfälzer Seenland ist seine Vielfalt, die aber der vielen Möglichkeiten wegen als austauschbar empfunden wird.	9	7
2	Kommunikation und Werbung für das Oberpfälzer Seenland sind besser als die Leistung.	6	11
3	Steinberger See und Murner See bewegen sich (zeitweise) an der Grenze zum Massentourismus.	9	11
4	Die Stagnation im Angebot hochwertiger Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe gefährdet die weitere Entwicklung des Oberpfälzer Seenlandes.	17	1
5	Im Wettbewerb um künftige Arbeitskräfte ist der Tourismus gegenüber Industrie und Gewerbe in der Region im Nachteil.	20	0

Quelle: Projektteam am 9.2.23

Bewertung der Hypothesen durch das Projektteam (2 von 2)



#	Hypothese	stimme ich zu	stimme ich nicht zu
6	Das Oberpfälzer Seenland hat einen beeindruckenden Wandel vom Braunkohletagebau zur Tourismusdestination vollzogen, nutzt aber das Potenzial seiner Wurzeln zu wenig für einzigartige Erlebnisse.	15	5
7	Das Oberpfälzer Seenland hat in den vergangenen Jahren viele Botschaften und Bilder von sich gezeigt und gesendet – das klare Bild in den Köpfen der Gäste und Einwohner ist aber nicht entstanden.	8	8
8	Dem Angebot im Oberpfälzer Seenland fehlt es ein wenig an Glanz, Liebe und Emotionalität.	6	3
9	Die Bevölkerung der Region nimmt das Oberpfälzer Seenland als gegeben wahr, misst dem Tourismus aber wenig Bedeutung zu.	19	2
10	Im Oberpfälzer Seenland muss der Austausch untereinander ausgebaut werden, dafür fehlen aber die Formate und Initiativen.	17	3

Quelle: Projektteam am 9.2.23

3. Kernerkenntnisse aus den Hypothesen

Ableitung von Konsequenzen aus den Hypothesen durch die Projektmitglieder

Ideensammlung für das Oberpfälzer Seenland

Die vier Fragen der Veränderung

Welche Ideen, Maßnahmen etc. lassen sich aus den Bewertungen und Erkenntnissen der Hypothesen ableiten? Was sind Ihre Handlungsempfehlungen?

Eleminieren	Steigern
Reduzieren	Neu erschaffen

Die vier Fragen der Veränderung

Welche Ideen, Maßnahmen etc. lassen sich aus den Bewertungen und Erkenntnissen der Hypothesen ableiten? Was sind Ihre Handlungsempfehlungen?

Steigern 1 / 2

Die **Zusammenarbeit** der Mitgliedsgemeinden sollte vertieft werden

Anreize für die Arbeit im Tourismus

- Weiteres Herausarbeiten der USP/ Steigerung der Bekanntheit

Stolz der Bürger auf Ihr OPf. Seenland → Im Innenmarketing stärker auf Vorteile für Bürger bei der Tourismusarbeit abstellen.

in der Zukunft ein großes Problem, die Politik sollte alles dafür tun dem entgegenzuwirken

Den Einwohnern/Bürgern der Mitgliedsgemeinden sollten die Vorteile im Bereich Tourismus/Feriengäste aufgezeigt werden.

Budget /Etat für Marketing das Oberpfälzer Seenland

- Identifikation der Gemeinden (Gemeinderäte/Verwaltungen) mit dem Oberpfälzer Seenland

- Vernetzung der Akteure und Entscheider

das stimmt teilweise, man muss der Bevölkerung immer wieder klar machen, dass der Tourismus auch für den einheimischen einen großen Mehrwert bringt

Kommunikation untereinander zur Erreichung eines optimierten Ablaufs (z.B. Abstimmung von Schließzeiten der Restaurants innerhalb eines Ortes)

Servicequalität der Leistungsträger

- **Bekenntnis der Gemeinden** zur Schlüsselbranche Tourismus

- **Konsequenter Ausbau als Rad- Wanderregion inkl. rad-/wanderfreundlichen Betrieben**

Rückbesinnung auf „industrielles Erbe“

Erlebnisangebote unter Einbezug der geschichtlichen Entwicklung (Braunkohleabbau), wie Führungen, Wanderungen, Infotafeln vorher/nachher am Seeufer

Übernachungskapazitäten

Information über Erfolge in der Tourismusarbeit durch des Opf. Seenland

die große Vielfalt für alle Altersgruppen und Familien deutlich herausstellen

Die positiven Seiten des Tourismus müssen besser herausgestellt werden, da ein guter Teil der Bevölkerung hier nach wie vor negativ eingestellt ist.

Die vier Fragen der Veränderung

Welche Ideen, Maßnahmen etc. lassen sich aus den Bewertungen und Erkenntnissen der Hypothesen ableiten? Was sind Ihre Handlungsempfehlungen?

Steigern 2 / 2

Erinnerungskultur
Braunkohleabbau + WAA
Führungen
Wanderungen
Aufgreifen der Themen
im Urlaubsmagazin +
Homepage
Audioguides
Moderne Infotafeln an
geeigneter Stelle
Etc.

Interaktion mit der Bevölkerung

Angebote für neue Investoren
schaffen

Lenkung des Tourismus in alle
Kommunen durch Schaffung von
alleinstellenden Angeboten in allen
Orten → Herausstellung von
Spitzenleistungen

Gastro Angebot (ggf.
Förderprogramme?)

Effektivität der Kommunikation

Aktiv sein, um neue Attraktionen
im OSL zu schaffen

Bedürfnisse der Reisenden
stetig ermitteln und auf diese mit
neuen Angeboten eingehen

Identität steigern: Z.B. über
Veranstaltungsreihen wie
Wanderwochen, Gastro Angebote,
Seenland Führerschein (Analog
Bergfestführerschein /
Bierwanderung)

Es gibt sehr schöne Führungen
und Theateraufführungen
(Freiluft), die zum Teil recht
selten aufgeführt werden.

Übernachtungsmöglichkeiten in
allen Preisklassen

Infrastruktur und Mobilität vor
Ort sowie zwischen den
Kommunen (z.B.
Busverbindungen)

Ressourcen erhöhen: Geld +
(Wo)man-Power

**Alleinstellungsmerkmale und
Einzigartigkeit herausarbeiten
und betonen**

Konzentrieren auf die Stärken
und USPs des OSL, nicht
versuchen auf allen Hochzeiten
zu tanzen, OSL muss für klare
Werte und Erlebnisse stehen

**Heimatgefühl durch
Sensibilisierung der
Einwohner*innen**

**Betten (ggf.
Förderprogramme?)**

Die vier Fragen der Veränderung

Welche Ideen, Maßnahmen etc. lassen sich aus den Bewertungen und Erkenntnissen der Hypothesen ableiten? Was sind Ihre Handlungsempfehlungen?

Neu schaffen 1 / 2

Installierung eines Thementages in den Mitgliedsgemeinden. Hier könnten die jeweiligen Tourismusschwerpunkte der Gemeinde vorgestellt werden.

Übernachtungsmöglichkeiten im gehobenen Bereich, insbesondere auch für Familien

Attraktive Angebote auch außerhalb der Saison (Saisonverlängerung)

man müsste alle Gemeinden dazu bringen gemeinsam am gleichen Ziel zu arbeiten, weil es nicht nur dem Tourismus dient sondern der gesamten Bevölkerung mehr Lebensqualität in der Region bringt

Ähnlich wie bei der Ge(h)nusswanderung in St. Englmar oder der kulinarischen Stadtführung in Schwandorf wären auch kulinarische Fahrradtouren vorstellbar

Diese Aktionstage sollten abwechselnd in jedem Ort stattfinden. Hierzu sollten auch die Bürger der Mitgliedsgemeinden eingeladen werden. Vielleicht könnten hier auch Busse eingesetzt werden.

Akzeptanz in der Bevölkerung steigern durch Mitnahme (Newsletter, aktives Informieren über den Nutzen des Tourismus in der Region und die Gästezufriedenheit)

Ggf. Großveranstaltung

Schaffung von zusätzlichen, hochwertigen Übernachtungskapazitäten

Kooperation mit der Donauschiffahrt, insbesondere mit dem Angebot Tagestouren ins Seenland zu veranstalten (Holzkugel, Felsenkeller, Busrundfahrten, Wassersport)

Evtl. könnte hier mehr Interesse der Bürger geweckt werden.

Hotels und Übernachtungsbetriebe inkl. Camping/Glamping

alles dafür tun, dass vorhandene Betriebe gestärkt und unterstützt werden und vielleicht neue Investoren gefunden werden, z. B. Hotels die Busse aufnehmen können

Tourismus muss in der Politik vor Ort einen größeren Stellenwert bekommen

Attraktive und konkret am dringendsten benötigte Infrastruktur

Jährlicher Austausch am Ende der Saison mit/unter den Leistungsträgern, um im Folgejahr Optimierungen schaffen zu können

Indoorangebote und Schlechtwetterprogramm

man hat gegenüber der Konkurrenz z. B. Fränkische Seenplatte viel mehr zu bieten und das auch noch günstiger

Um zusätzliche Übernachtungsbetriebe zu schaffen, braucht es ein aktives Zugehen auf Investoren und entsprechende Betreiber

Alternative Mobilitätsangebote

Die vier Fragen der Veränderung

Welche Ideen, Maßnahmen etc. lassen sich aus den Bewertungen und Erkenntnissen der Hypothesen ableiten? Was sind Ihre Handlungsempfehlungen?

Neu schaffen 2 / 2

Identität durch historisches Bewusstsein

Regelmäßige Treffen zum Austausch untereinander (auf kleiner Ebene – Steinberger See, Murner See, oder auf großer Ebene – OSL 1 x pro Jahr

Das Gefühl eines „Seensuchsortes“ schaffen, hier muss man mindestens einmal im Leben gewesen sein

Funktionierende zuverlässig geöffnete (kleine) Mittagsgastro wie Kioske, etc.

Klares, spitzes Bild vom Oberpfälzer Seenland

Bessere Akzeptanz der Bevölkerung und Identifikation mit Tourismus in der Region.

Betten

Lobby für den Wirtschaftszweig

Nachhaltige Angebote, um für die Zukunft gerüstet zu sein und neue Zielgruppen anzusprechen

Support der Betriebe / Kommunen bei der SEO, etc. (auch Wiki, KI, google, Bewertungen, Trip-Advisor, etc.)

Übernachtungsmöglichkeiten in allen Preisklassen

Schaffung weiterer Leuchttürme, Gastronomiebetriebe und Unterkunftsmöglichkeiten durch Anreize, z.B. aus der Politik

Weitere Leuchttürme (Niveau Kugel)

Die vier Fragen der Veränderung

Welche Ideen, Maßnahmen etc. lassen sich aus den Bewertungen und Erkenntnissen der Hypothesen ableiten? Was sind Ihre Handlungsempfehlungen?

Reduzieren

Servicewüste (z.B. bei schönem Wetter geschlossen, auf voraussichtlich besucherstarke Tage schlecht bzw. nicht vorbereitet sein, wie z.B. Kuchen aus, fehlende Sitzmöglichkeiten usw.)

Verschlossenheit gegenüber dem digitalen Wandel (Onlinebuchbarkeit Gastgeber/Erlebnisanbieter)

Das Oberpfälzer Seenland hat einen beeindruckenden Wandel vom Braunkohletagebau zur Tourismusdestination vollzogen...

Die vielfältigen und umfassenden Aufgaben im Tourismus werden in vielen Kommunen sehr unterschätzt.

Oftmals stehen dem Tourismus nur halbe Stellen zur Verfügung (oft geteilt mit Pressestelle, Vorzimmer, Bücherei, etc.). Das überfordert diese Personen auf Dauer und schafft Unmut, der im schlimmsten Falle zu Kündigungen führt. Dadurch geht viel Wissen und Motivation verloren, die es jedoch für diesen Job braucht (Abend- und Wochenendveranstaltungen, kein 9-5, etc.)

Wenn sich eine Region langfristig als touristische Destination etablieren und beweisen will, braucht es auch die erforderliche Manpower, um etwas umzusetzen und entsprechend eines klaren Bekenntnisses der Verwaltungen zu diesem Thema.

Motorisierten Individualverkehr insb. an den Hot Spots

„Verlieren“ im Kleinklein bzw. in „übermäßiger“ Vielseitigkeit

Angebote, die nicht mehr zeitgemäß sind bzw. nicht mehr Qualitätskriterien erfüllen

Barrieren, die gegen einen Urlaub im Oberpfälzer Seenland sprechen (Barrierefreie Wanderwege, Museen, etc.)

Vielfalt reduzieren und sich auf eine Handvoll spezielle Themengebiete einigen, die im gesamten Oberpfälzer Seenland bespielt werden

Konkurrenzgedanken

Ausgaben für Printprodukte?

Die vier Fragen der Veränderung

Welche Ideen, Maßnahmen etc. lassen sich aus den Bewertungen und Erkenntnissen der Hypothesen ableiten? Was sind Ihre Handlungsempfehlungen?

Eleminieren

Konkurrenzdenken innerhalb der Kommunen und unter den Leistungsträgern

Austauschbarkeit

Intern: jeder „sein eigenes Süppchen kochen“
(Gegenmaßnahme: weitere Netzwerkarbeit mit unterschiedlichen Ansprechpartner*innen und Anbieter*innen, Schaffung langfristiger Kooperationen)

Falsche / schlechte Infos zu unseren Angeboten im Netz

Anzweifeln der Existenzberechtigung des Oberpfälzer Seenlandes durch die Einwohner -> fehlendes klares Bild!

Angebote, die nicht mehr zeitgemäß sind bzw. nicht mehr Qualitätskriterien erfüllen

Kirchturmdenken

Die Idee der gemeinsamen Vermarktung und v.a. der Wunsch nach der gemeinsamen Identität funktionieren nur dann, wenn alle Beteiligten (Bürgermeister, Touristiker, Leistungsträger, etc.) sich vom Kirchturmdenken lösen und die gemeinsamen Besonderheiten (v.a. Inszenierung des Wassererlebnisses in allen Formen) als gemeinsame und wichtigste Aufgabe erkennen. Alle anderen Leistungen / Ausrichtungen (Kultur, Wandern, Radfahren, Reiten, etc.) müssen dem größeren Ziel untergeordnet werden. Auch wenn das für Einzelne zunächst ggf. Nachteile bringt. Im Endeffekt wird jeder von der größeren Spezialisierung der Destination profitieren und kann sich mit seinem Angebot innerhalb der Destination besser positionieren.

Verwechslung mit anderen Orten, z.B. der „Pfalz“ durch spezielles Angebot im Seenland + besondere Marketingmaßnahmen (Beispiel „Freiraum für Macher“

<https://www.youtube.com/watch?v=AQOTav-vSBo>

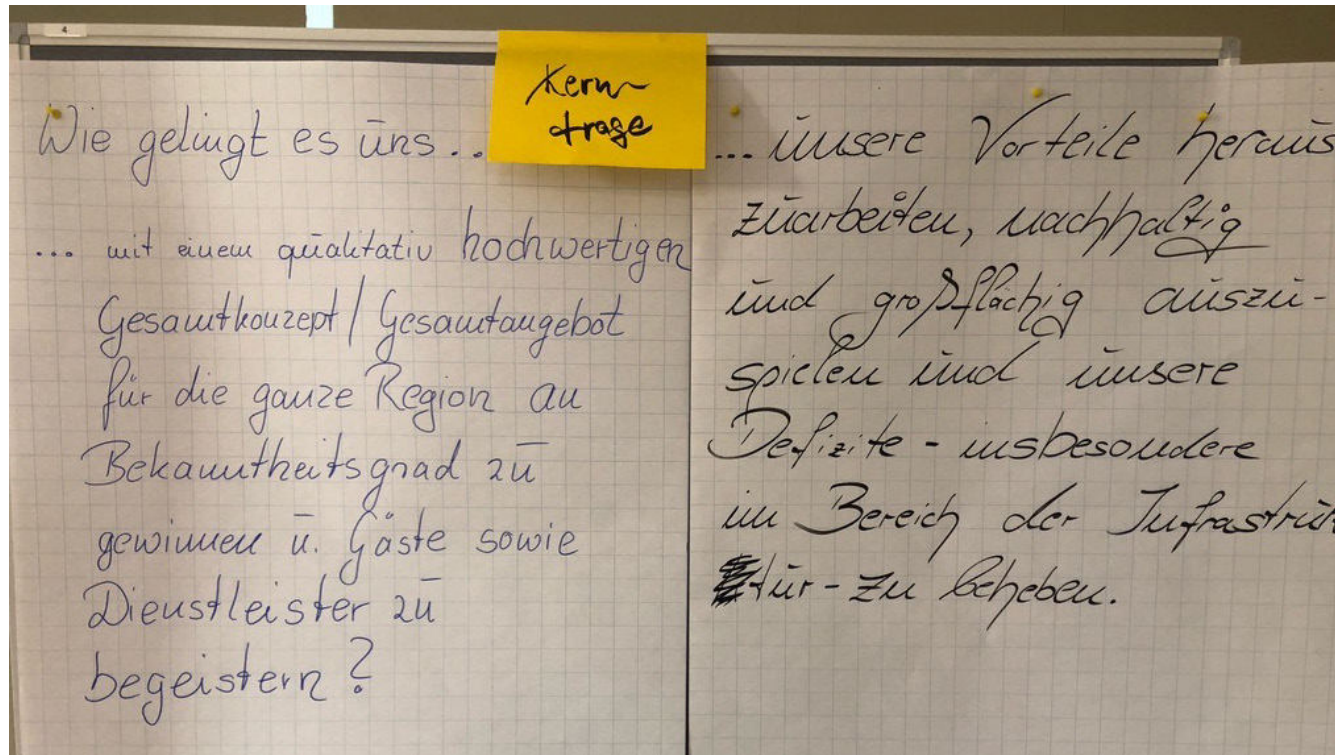
4. Kernfrage

Wir formulieren Ziel und Kernfrage für unser Projekt

Die Kernfragen der einzelnen Gruppen

Gruppe 1

Gruppe 2



Die Kernfrage des Projektes



Wie können wir unsere **Vorteile herausstellen**, die **Defizite beheben**, insbesondere in der Infrastruktur, ein **hochwertiges Gesamtangebot** für die Region schaffen, das Gäste und Dienstleister **begeistert**, und unsere Bekanntheit **nachhaltig** steigert?

5. Spitzenleistungen

Von Spitzenleistungen zu Werten

Leistungen werden hinterfragt, Werte nicht!



Leistung: Was wir tun.
Wird hinterfragt, muss bewiesen werden.

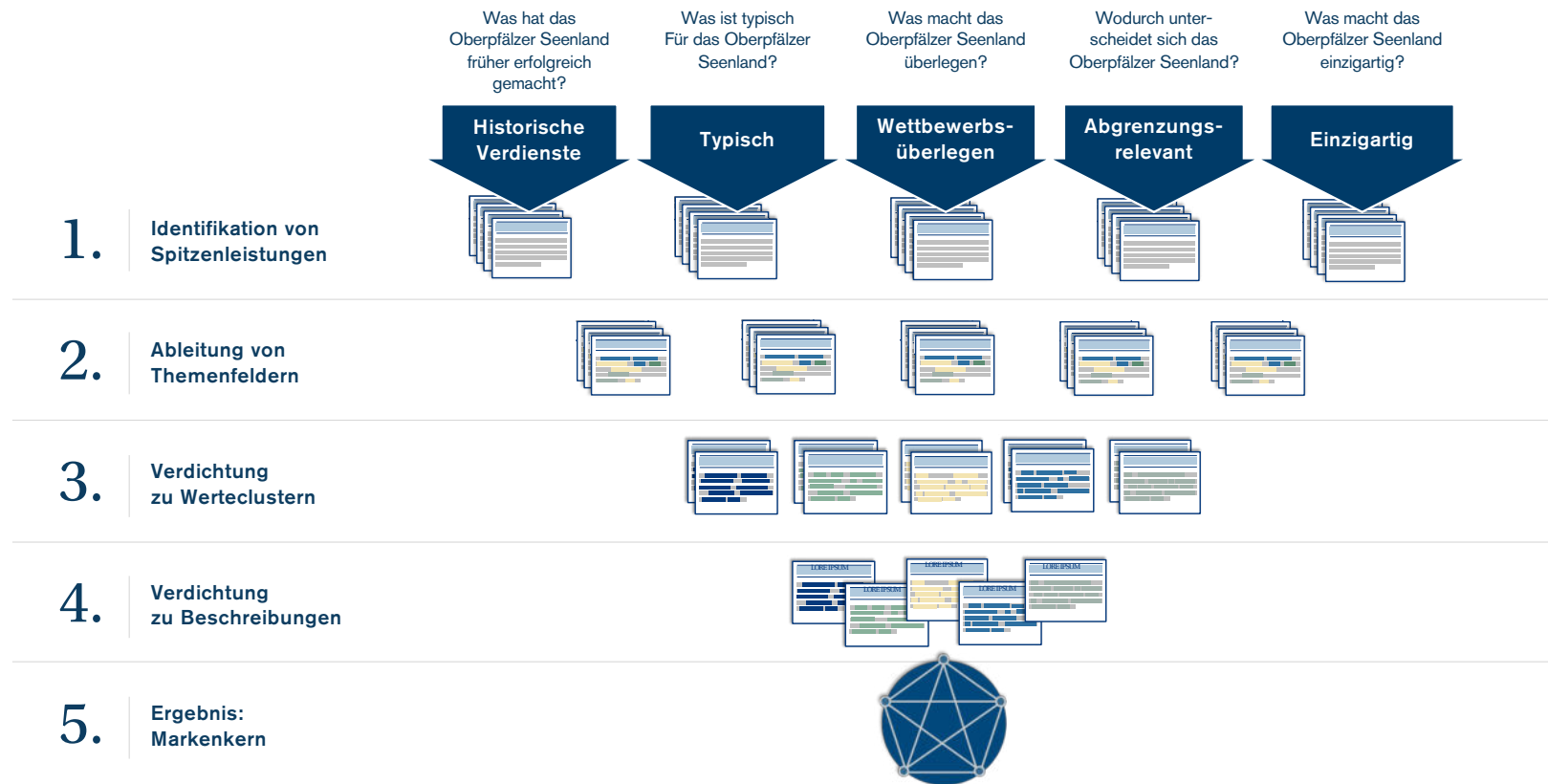
Werte: Was wir sind.
Werden geglaubt.

Die Oberpfälzer Seenland Spitzenleistungen setzen sich aus drei Kernbereichen zusammen

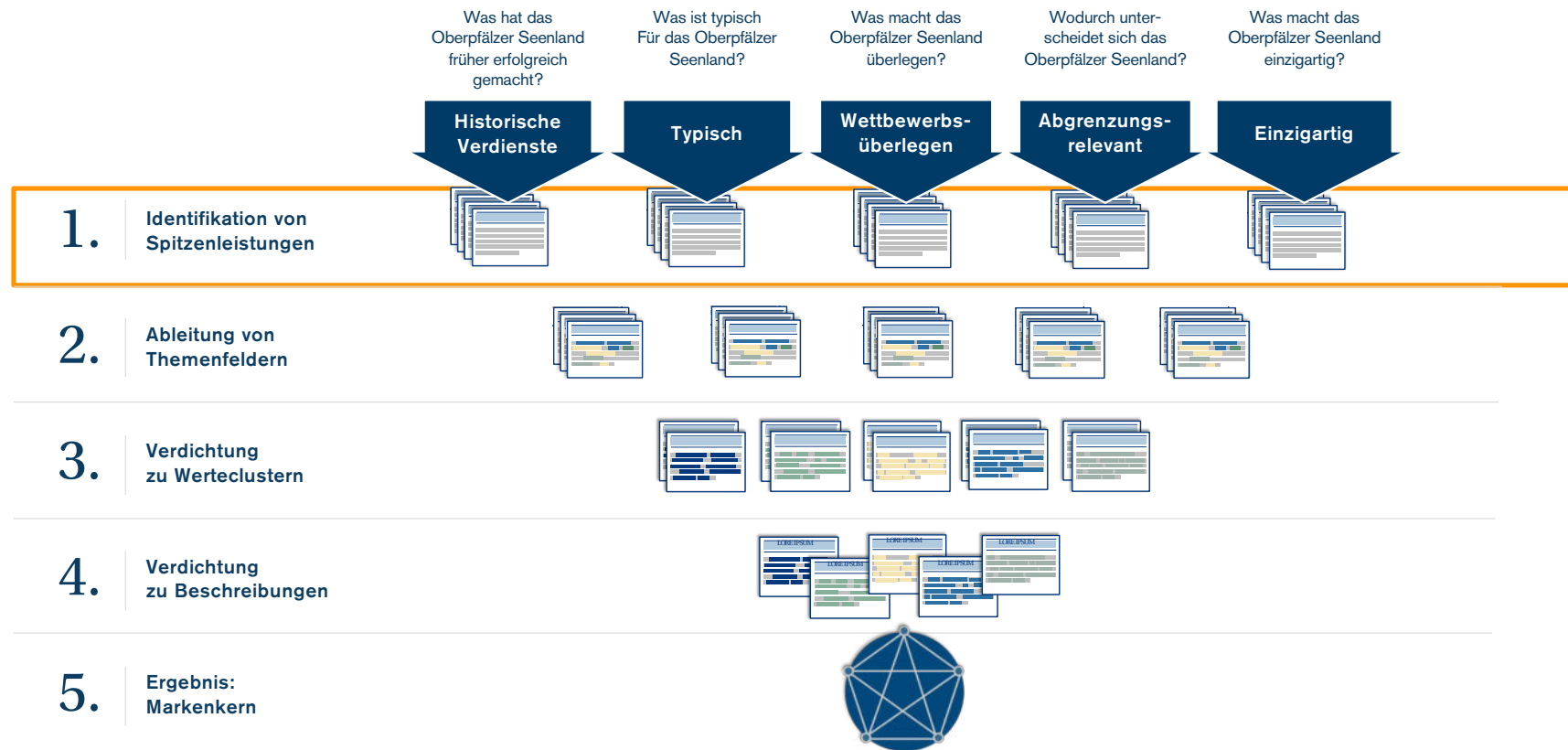
Spitzenleistungen



Unser Vorgehen in 5 Schritten



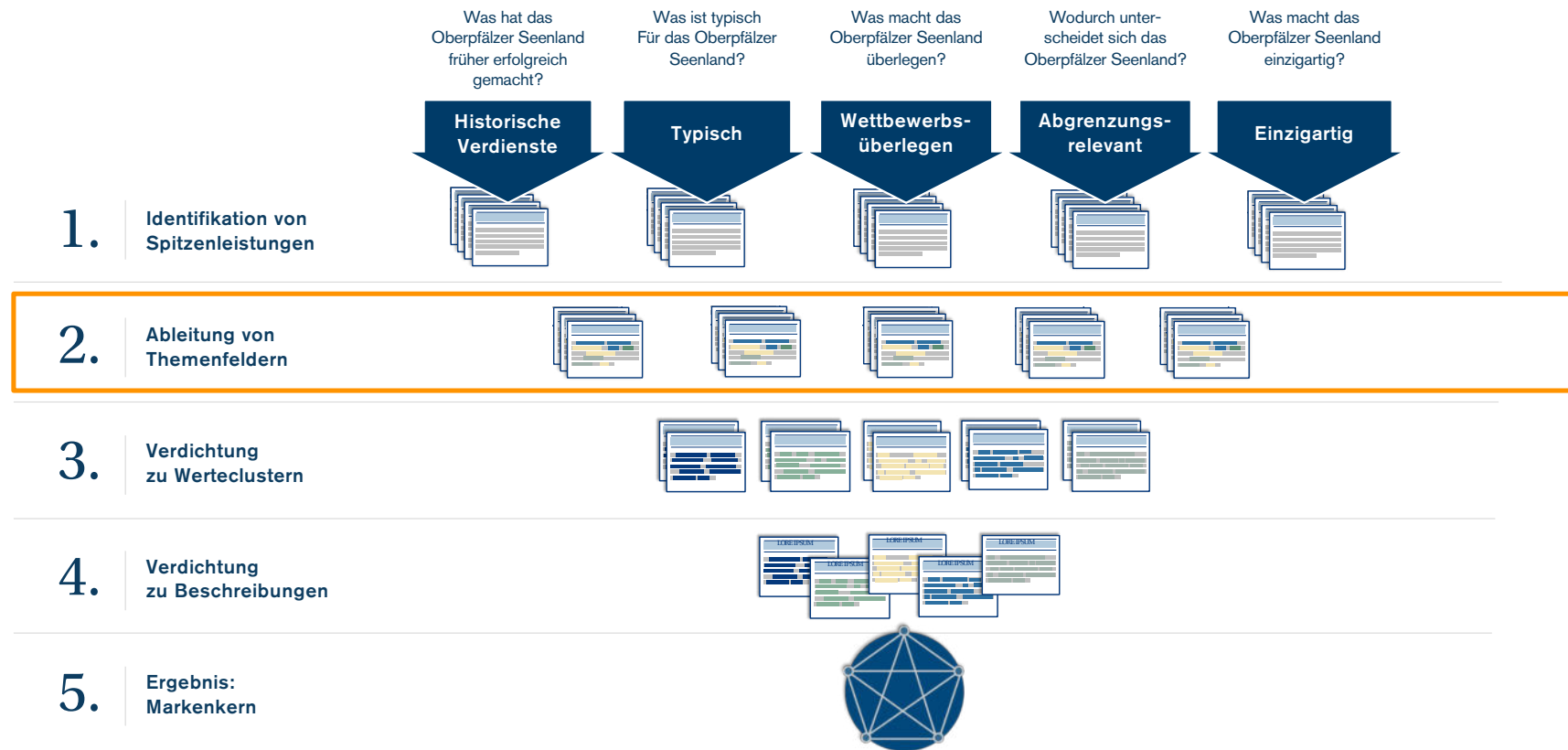
Unser Vorgehen in 5 Schritten



Umfangreiche Sammlung von Spitzenleistungen des Oberpfälzer Seelandes



Unser Vorgehen in 5 Schritten





Themenfeld 1: Industrielle Wurzeln

Industrielle Wurzeln

Wandel von Braunkohlerevier zur öffentlich gemanagten Tourismusdestination

- Über 700 Jahre ist Bruck Standort für Eisenverhütung und -verarbeitung mit europaweitem Absatzmarkt.
- 1464 wird ein Hüttenwerk nach Bodenwöhr verlegt, das durch die Wasserkraft der aufgestauten Bachläufe aus der Umgebung betrieben wird. Erzfunde im Umland, auch durch den Ortsnamen „Erzhäuser“ belegt, begünstigten den Bau eines Eisenhammers.
- 1800 stößt der Wackersdorfer Schneidermeister Andreas Schuster beim Brunnengraben auf Kohleflöz und sorgte damit quasi für die Geburtsstunde des Braunkohleabbaus.
- Bis Mitte der 1980er Jahre ist die Region des heutigen Seenlandes das größte Braunkohleabbaugebiet Süddeutschlands.
- In Steinberg steht damals das größte Kohleförderband der Welt. Bis zu einer Tiefe von 60 Metern wird mit riesigen Schaufelradbaggern Braunkohle abgebaut.
- Mit dem Ende des Bergbaus entsteht durch großräumige Renaturierung und Anlage von Seen die wasserreichste Region Ostbayerns. Die Wasserfläche des Oberpfälzer Seenlandes dehnt sich heute auf über 800 Hektar aus.
- Die Flutung der ehemaligen Braunkohlegruben im gesamten Oberpfälzer Seengebiet erfolgt durch das ansteigende Grundwasser. Nachdem die Wasserhaltung Schritt für Schritt eingestellt wird, dauert es rund zwei Jahrzehnte bis die Flutung abgeschlossen ist.
- 1997 wird der Zweckverband Oberpfälzer Seenland durch 8 Gemeinden, Landkreis Schwandorf und Bezirk Oberpfalz gegründet. Ziel ist die Umstrukturierung der ehemaligen Bergbauregion in einen attraktiven Freizeit- und Erholungsraum. Neue Einkommensquellen für die Bevölkerung entstehen. Denkmalpflege und Natur- und Umweltschutz werden aus Auftrag formuliert.





Themenfeld 2: Vielgestaltige Wasserlandschaften

Vielgestaltige Wasserlandschaften

Steinberger See: Vom größten Kohleförderband der Welt zum größten und erlebnisreichsten See Ostbayerns

- Der **Steinberger See** entsteht aus dem Bergbauggebiet für den Braunkohleabbau. Als das Kohlevorkommen erschöpft ist, werden die Grube geflutet und das Umland rekultiviert. **An der tiefsten Stelle misst er 60m.**
- Der Steinberger See ist **mit 184 ha der größte See in Ostbayern**. Idyllische, naturnahe Bereiche wechseln mit vielfältigsten Freizeit- und Sportangeboten. Die besten Badeplätze befinden sich am Ostufer.
- Der Steinberger See zieht **Aktivurlauber und Wassersportbegeisterte** an. Seine Infrastruktur umfasst Wasserski, Segeln, Adventuregolf, Surfen, Tretbootfahren, Stand Up Paddling, Segway-Touren, Wandern, Radeln, Badestrände, Restaurants und Cafés und den Jugend- und Familienfreizeitpark MovinGround.
- Der **Wilde Wake Park** ist eine der **attraktivsten und modernsten Wakeboard-Anlagen in Deutschland** mit zwei Seilbahnen für Wasserskifahrer und Wakeboarder. Restaurant, Grillplatz, Duschen, Umkleiden, Sanitäreinrichtungen vervollständigen das Ambiente.
- Der Steinberger See ist **sehr sauber**. An windstillen Tagen beträgt die **Tiefensicht bis zu 10 Meter**. Sogar Sichtweiten bis zu 20 Meter im Sommer und Winter wurden schon registriert.
- Seit August 2002 ist der Steinberger See **amtlich zum Tauchen freigegeben**. Insgesamt sind 4 Tauchbereiche ausgewiesen. Sie werden überwiegend von Tauchschulen im Umland genutzt.
- Rund um den Steinberger und Murner See führt jeweils ein ca. **7 km langer Rundweg**. Die Steinberger See Runde kann durch eine Knappensee-Schleife auf 11 km ausgedehnt werden.
- Der Steinberger See verbindet **sonnige Naturstrände und lauschige Buchten** mit absoluten Aktiv-Highlights.



Vielgestaltige Wasserlandschaften

Murner See & Brückelsee: Familien-Highlight und Camperparadies in idyllischer Naturkulisse

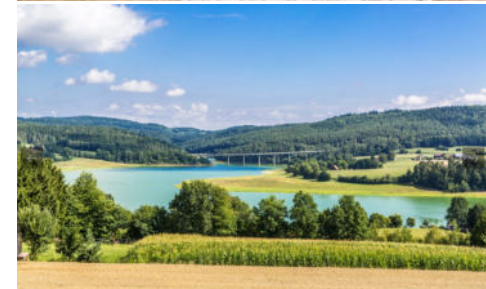
- Der **Murner See** ist **90 ha** groß und liegt naturräumlich in der Bodenwöhrer Senke, die zur Bodenwöhrer Bucht gehört. **Vom Brückelsee** ist er **nur durch einen kleinen Damm** getrennt.
- **Badegäste, SUPer und Tretbootfahrer** finden im Murner See ihr **Paradies**. Die Badeplätze verteilen sich rund um den See. Teils mit Sandstrand und Restaurant und mit dem Auto gut erreichbar.
- Das **Familien-Highlight** am Murner See ist der einzigartige **Erlebnispark Wasser-Fisch-Natur** zum Planschen, Spielen und spielerischen Lernen. Die umgebauten Teiche im Erlebnispark stehen unter verschiedenen Mottos – von der Naturbeobachtung bis zum großen Wasserspielplatz.
- Idyllisch eingebettet auf einer grünen Landzunge zwischen Murner See und Brückelsee liegt der **ADAC-prämierte Vier-Sterne CampingPark Murner See**.
- Das Online Campingportal **ADAC Pincamp** wählt **Vier-Sterne CampingPark Murner See 2022** zu einem der **beliebtesten Campingplätze Bayerns**.
- Der **Brückelsee** ist ein Paradies für **Segler** und mit **145 ha** der **zweitgrößte See im Oberpfälzer Seenland**.
- Zusammen mit dem **Steinberger See** und **Eixendorfer See** bildet der **Brückelsee** den **Surf-, Segel- und Tauchhotspot im Oberpfälzer Seenland**.
- Unmittelbar an Murner See und Brückelsee grenzt ein **weitläufiges Natur- und Landschaftsschutzgebiet**. Es ist der perfekte Ort für naturnahe Rad- und Wandertouren.



Vielgestaltige Wasserlandschaften

Eixendorfer Stausee: Anglerparadies und Familiendomizil mit viel Natur und Ruhe

- Der **Eixendorfer See** entsteht in den 70er Jahren als **Talsperre** zum Schutz vor Hochwasser. Die Dörfer **Eixendorf**, **Höllmühle**, **Obermühle**, **Seebarnhammer** und eine **Teilstrecke der ehemaligen Bahnlinie Bodenwöhr–Rötz** verschwinden in den Fluten. Die Bewohner werden umgesiedelt.
- Der **Eixendorfer Stausee** gilt aufgrund seine **reichen Raubfischbestandes** als **Top-Adresse bei Anglern**.
- Zur Infrastruktur am Eixendorfer See gehören ein rund **15 Kilometer langer Rundweg**, **Campingplatz** und **Abenteuerspielplatz** rund um die Welt der Fische.
- Fisch- Erlebnispark und Abenteuerspielplatz mit Eixi, dem **Holzkarpfen** als **Aussichtspunkt**, der **kindgerecht sein Leben als Fisch erzählt**.
- Der **überdimensionale Fisch** ist auch für **Erwachsene** **begehbar**. Eine Sandbaustelle zum werkeln, das Miniaturmuseum in Form eines Fischerdorfes, Info-Tafeln und ein beschattetes Erholungsareal für Eltern und Großeltern komplettieren den Erlebnispark.
- **Eixendorfer See** ein **ideales Wandergebiet** für **ausdauernde Wanderer** mit einer **Seeumrundung von 15 bis 26 km Länge**.



Vielgestaltige Wasserlandschaften

Der Hammersee: Das Natur-Idyll, Ruhepol und Kunsterlebnis

- Der Hammersee ist 64 ha groß und rund 8 Kilometer lang. Mit **Schilf und Baumbeständen umsäumt, ist er das Seen-Idyll schlechthin** im Oberpfälzer Seenland.
- Entlang des Hammersees führt ein **Kunst- und Wasserweg mit einzigartigen Skulpturen**, von der Künstlerin Christine Schinner in Zusammenarbeit der Bodenwöhrer Bevölkerung entwickelt.
- Beim **Hammersee See-Camping Weichselbrunn** führen mehrere überregionale Radwege am Platz vorbei.
- Der **Badeplatz in Bodenwöhr** liegt nur **wenige Gehminuten vom Zentrum in Bodenwöhr entfernt**.
- Der **Badeplatz „Blechhammer“** ist der Geheimtipp für alle, es etwas ruhiger wollen am See.
- Bei einer **Fahrt auf der Platte „Karin I“** entlang des Hammersees **zeigt sich die ganze Schönheit von Bodenwöhr und dem Hammersee** in einer ganz besonderen Perspektive.
- Speziell am Uferweg finden sich verschiedene Gastronomiebetriebe, die im **Biergarten mit Blick auf das Wasser** oder in gemütlichen Gaststuben die Besucher mit **besten regionaler Küche** oder internationalen Speisen verwöhnen.



Vielgestaltige Wasserlandschaften

Klausensee und Flusslandschaften: Familienbade- und Anglerparadiese

- Der **Klausensee** gehört zu den **Naturbadeseen**, an denen der **Wald bis ans Ufer** reicht, und an dem man auf den zahlreichen Liegewiesen noch reichlich Platz findet.
- Er wird als **Naturbad bewirtschaftet**. Flache Einstiege, ein ausgewiesener Nichtschwimmerbereich machen ihn besonders kindgerecht. Seine Wassertiefe beträgt im Schnitt nur 3 bis 6 Meter.
- Ein **breiter Sandstrand**, **Umkleiden**, **Sanitäranlagen**, **Liegewiese** und **Kiosk** machen den Klausensee für ganze Tage oder Familienwochenenden attraktiv.
- Die **Flüsse Naab, Schwarzach und Regen bestimmen Ortsbilder** und gestalten Tallandschaften im Oberpfälzer Seenland. Hier lässt es sich vortrefflich **Wandern und Radeln, Angeln oder Bootswandern**.
- Der **Regen gilt bei Anglern als eine der besten Fließgewässer-Adressen in Deutschland**. Der abwechslungsreiche Fluss ist die Heimat von Wels, Hecht, Aal, Zander, Döbel, Brasse, Karpfen, Barsch, Bach- und Flussforelle, Rotaugen, Rotfeder, Äsche und sogar Stör und anderer Weißfischarten.





Themenfeld 3: Lebendige Gemeinden

Lebendige Gemeinden

Gemeinde Bodenwöhr: Der Hammersee prägt die Geschichte des Marktes einst und heute als Erholungsort

- **Acht Gemeinden**, die Große Kreisstadt Schwandorf, die Städte Neunburg vorm Wald und Nittenau, die Märkte Schwarzenfeld und Bruck, der staatlich anerkannte Erholungsort Bodenwöhr und die Gemeinden Wackersdorf und Steinberg als Verwaltungsgemeinschaft **schließen sich zum Zweckverband Oberpfälzer Seenland zusammen und betreiben die Entwicklung und Steuerung der neuen Tourismusdestination.**
- Bodenwöhr ist **staatlich anerkannter Erholungsort**. Der Ort liegt an dem **im 15. Jahrhundert durch Aufstau geschaffenen Hammersee**. Dieser ist 8 km lang und diente ursprünglich der **Eisenverhüttung**.
- Bodenwöhrs bewegende **Geschichte als Zentrum der Eisenindustrie** hat Menschen und Natur geprägt und ist **Thema des örtlichen Rundwanderweges um den Schlossberg**.
- Bodenwöhr ist ein Ort für **romantische Trauungen** im Kunst- und Kulturgarten mit traumhaftem Blick auf den **Hammersee**.
- 2022 wird der staatlich anerkannte Erholungsort **Bodenwöhr** für seine zukunftsorientierte Entwicklung vom Industrie- zum Freizeit- und Tourismusort mit dem **Prädikat „Golddorf der Oberpfalz“** ausgezeichnet.
- Zahlreiche **Fernwanderwege kreuzen** sich in Bodenwöhr. Allen voran **Deutschlands längster Qualitätsweg, der Goldsteig**.



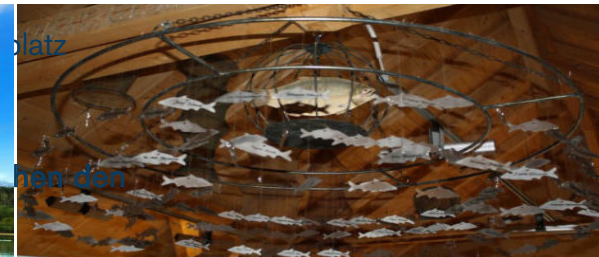
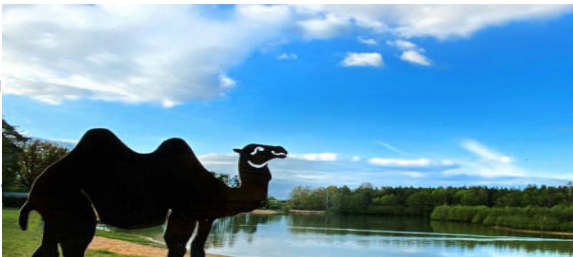
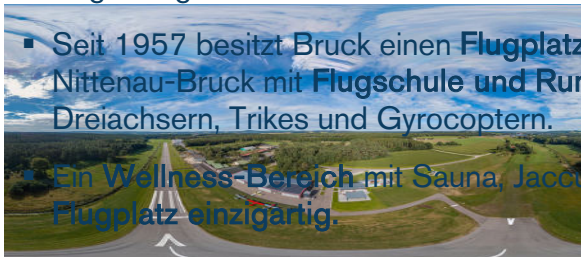
Lebendige Gemeinden

Markt Bruck: Nah am Wasser und eng mit ihm verbunden

- **Bruck ist** dank der reichen Wasser- und Waldvorkommen **über 700 Jahre ein starker Standort für Eisenverhütung und -verarbeitung mit europaweitem Absatzmarkt.**
- Geographisch liegt der Markt Bruck **im Zentrum der Bodenwöhrer Bucht** und am **westlichen Rand des Naturparks Vorderer Bayerischer Wald.**
- Burganlage und historische Altstadt sind das **wertvolle architektonische Erbe** des Marktes.
- Mit der **Sandoase Sulzbach** und ihrem **idyllischen Sandstrand** finden hier aber auch Familien ein wahres Paradies am Wasser.
- Das **Heimat- und Bauernmuseum Mappach** erzählt auf 850 qm anschaulich das ländliche und bäuerliche Leben vergangener Zeiten und die Tradition der **Fischereiwirtschaft.**
- Von alters her **nennt man die Brucker die Karpfen.** Diese Zuschreibung beruht einer Legende nach auf einem Missverständnis, wonach ein Karpfen verkannter Weise im Vogelkäfig landete.

- Seit 1957 besitzt Bruck einen **Flugplatz** Nittenau-Bruck mit **Flugschule** und Run Dreiachsen, Trikes und Gyrocoptern.

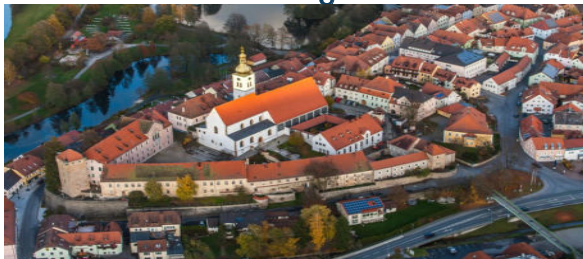
- Ein **Wellness-Bereich** mit Sauna, Jacob Flugplatz einzigartig.



Lebendige Gemeinden

Neunburg vorm Wald: Wirtschafts- und Kulturzentrum im Oberpfälzer Seenland

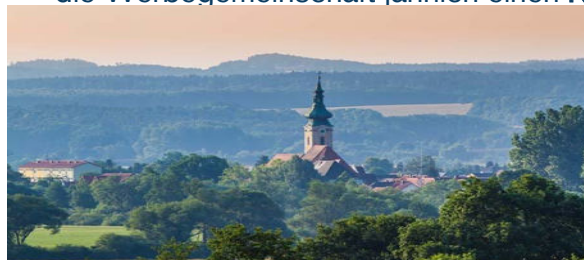
- Neunburg vorm Wald liegt auf einem Felsplateau im Schwarzwachtal und ist 1000 Jahre alt.
- Die **Neue Burg** (erbaut um 900), gibt **Burgort, Markt und der späteren Stadt** den Namen.
- **Der bedeutendste Fürst der Stadt war Pfalzgraf Johann.** Auf ihn geht auch der Bau des bürgerlichen Rathauses zurück.
- **Kulturelle Anziehungspunkte** sind die **Burganlage**, die **historische Altstadt** und die **Burgfestspiele**. Sie erinnern an die Schlacht von 1433, als ein Heer aus Rittern, Bürgern und Bauern gegen die Hussiten zog.
- Die **Schwarzwachtalhalle** ist das **moderne Kultur- und Tagungszentrum**. Sie ist Treffpunkt für **Kabarett, internationaler Musik und Theater** mit großer überörtlicher Anziehungskraft.
- Mit jährlich **100.000 Übernachtungen** ist die Stadt **führend** im Oberpfälzer Seenland.
- Die Stadt hat einen **gesunden Mix aus national und international agierenden**



Lebendige Gemeinden

Stadt Nittenau: Die malerische Stadt am Regen und Anglerparadies

- Die **1000-jährige Stadt Nittenau** liegt im reizvollen Regental.
- Die **Lage am Fluss** und der **Fischreichtum** im Regen locken **Angler und Bootswanderer** aus nah und fern.
- **Seit 1954 ist Nittenau Faschingshochburg.** Die **Weiberfasenacht**, angeführt vom Weiberkomitee, ist in Nittenau seit über 40 Jahren die Faschingsparty des Jahres.
- **Nittenau** liegt an einem **Knotenpunkt bedeutender regionaler und überregionaler Radwege.** Hier kreuzen sich der Regental-Radweg, die Oberpfälzer Radlwelt, der Seenland-Rundweg und der **Fernradweg München-Regensburg-Prag.**
- Das Festspiel „**Die Geisterwanderung zu Nittenau**“ ist die geisterhafte **Komödie um die Legenden und Sagen des Regentals** an den drei **Burgschauplätzen Hof, Stefling und Stockenfels.**
- Zudem steht die Stadt für eine **exzellente Küche mit bester Braukunst.** Zudem veranstaltet die Werbegemeinschaft jährlich einen **Kulinarischen Abend** am Marktplatz mit vielen



Hotels, Gasthöfen und Privatpensionen z

die umfangreiche **Stadtgeschichte** von der
Handwerk in Bildern und Gegenständen nach



Lebendige Gemeinden

Große Kreisstadt Schwandorf: Die urbane Stadt mit Urlaubsqualität

- Die **Große Kreisstadt Schwandorf** ist über **1000 Jahre alt**. Der einzig vollständig erhaltene Stadtmauerturm, der **Blasturm** ist das Wahrzeichen der Stadt.
- Hier kommt der **Komponist der Bayernhymne, Konrad Max Kunz**, im Jahr 1812 zu Welt.
- Die Stadt birgt das **größte Felsenkeller-Labyrinth Bayerns**. **130 Kellerräume und Gänge**, teils in mehreren Etagen bilden einen mystischen unterirdischen Irrgarten.
- Einige der vielen **Gaststätten** befinden sich noch in **teils historischen Gebäuden**.
- **ZWICKL** ist das **feine Schwandorfer Filmfestival**. Der Eintritt kostet 2 Euro.
- Das **Bürgerfest** ist Schwandorfs **jährliches Mitmachfest** von, mit und für die Bürger. Das Kulturamt kuratiert, organisiert und koordiniert das Programm, das von den Bürgern kommt.
- Seit 45 Jahren gibt es in Schwandorf ein **Marionettentheater**.
- Schwandorf ist der **einzige Ort der Region mit einer Eislaufbahn** im Winter.
- Schwandorf hat ein gutes **touristisches Kernangebot mit mehr als 30 Betrieben, darunter**

und rund 30 Beherbergungsbetrieben.

Schwammerling wacht seit über 100 Jahren über die

Segelflugzeuge, 1 Motorsegler, 1 Ultraleicht-Flugzeug



Lebendige Gemeinden

Markt Schwarzenfeld: Der erholsame Marktflecken, der in Zukunft auf Nachhaltigkeit setzt

- In **Schwarzenfeld** wurden **1856 die Bayerischen Ostbahnen** als wegweisendes Projekt für damalige Mobilität **gegründet**.
- Der Markt besticht durch die **idyllische Lage an den Flüssen Naab und Schwarzach**. Auf dem **Gemeindegebiet** befindet sich zudem der **geographische Mittelpunkt der Oberpfalz**.
- **Höchste Erhebung im Markt ist der Miesberg mit Kirche und Kloster**. Die alte Pfarrkirche St. Dionys, Schloss Schwarzenfeld und Passionistenkloster bilden die Wahrzeichen und prägen das Ortsbild.
- Das **Holstein'sche Mausoleum** von Schwarzenfeld **erinnert an Max Graf von Holstein**, dem eine **Schlüsselrolle bei der Gründung des 2. Deutschen Kaiserreiches** zufiel.
- Schwarzenfeld auf Nachhaltigkeit. Die **Initiative "Schwarzenfeld blüht"** hat zum Ziel, mit verschiedenen Projekten die **Biodiversität** und den **Artenreichtum** im Bereich der Grünflächen des Marktes zu steigern.
- **Schwarzenfeld** liegt inmitten des **Karpfenlandes** Mittlere Oberpfalz. Die **Fischzucht** hat hier eine lange **Tradition**, die zahlreichen **Weiherr** rundherum **prägen das Ortsbild**.
- Die Lage Schwarzenfelds in einer **radwanderfreundlichen Topografie** bieten **Potenzial für Radtourismus**.
- Der Besuch der **Sammlung sakraler Gegenstände im Kirchturm** der alten Pfarrkirche von Schwarzenfeld gelten bei Kunst- und Kulturliebhabern als **„must do“**.



Lebendige Gemeinden

Steinberg am See: Die größte Dichte an Freizeit- und Wassersportangeboten der Oberpfalz

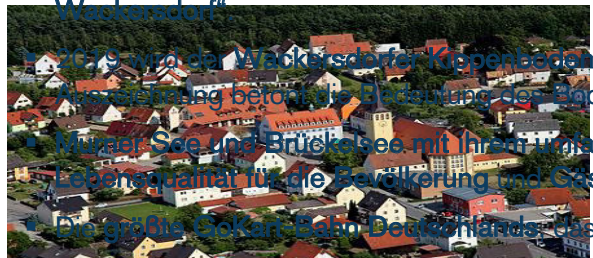
- Die Geschichte der **Gemeinde Steinberg am See** ist durch den **fast 100-jährigen Braunkohletagebau geprägt** und wird im **einzigartigen Braunkohlemuseum nacherzählt**.
- Der **prominenteste ehemalige Tagebau in Bayern** und darüber hinaus.
- **Zwischen 1988 und 2018 wächst die Gemeinde** von 1417 auf 1917 um 500 Einwohner bzw. **um 35,3 %** – der höchste prozentuale Zuwachs im Landkreis im genannten Zeitraum.
- Für die 2.000 Einwohner ist der Ort ein **attraktiver Wohnort mit sehr hohem Freizeitwert**.
- **Seit 1978 bildet die Gemeinde Steinberg am See** zusammen mit der Gemeinde Wackersdorf die **Verwaltungsgemeinschaft Wackersdorf**.
- Der örtliche Gasthof ist offiziell als **„radfreundlicher Betrieb im Oberpfälzer Wald“ zertifiziert** und für seine gute Küche weithin beliebt.
- **Seit 2006 darf sich Steinberg "Steinberg am See" nennen.**
- Mit dem Steinberger See ist die Gemeinde mit dem **dichtesten Freizeitsport- und Wassersportangebot aller Seen im Oberpfälzer Seenland** gesegnet.
- Die **größte Erlebnisholzspielwelt** am Steinberger See ist zum **Symbol für das Oberpfälzer Seenland** geworden und ein Kletter- und Geschicklichkeitsparcours besonderer Art direkt am Wasser.



Lebendige Gemeinden

Wackersdorf: Spitzenstandort, der Umwelt, Mensch und Technik zukunftsfähig vereint

- **Ab 1800** sind erste Ansätze **industrieller Förderung von Bodenschätzen** in Wackersdorf belegt.
- Mit dem Abbruch der Dorfkirche 1953 wird die Umsiedlung von Alt-Wackersdorf beendet..
- In das **Rekultivierungsprogramm** zum Tagebau wird **1 Milliarde Mark investiert. 15 Millionen Bäume werden gepflanzt.**
- Im Heimat- und Industriemuseum, im Geotop 99 „Wackersdorfer Braunkohle“ und im Tertiärwald wird der Wandel von Wackersdorf bis zur Gegenwart für die Nachwelt lebendig gehalten.
- **Zeitzeugen des Braunkohlebaus** bieten als **ehrenamtliche Museumsbetreuer** Führungen und Besichtigungen an.
- Ein **Museumslehrpfad** verbindet das Heimat- und Industriemuseum in Wackersdorf mit dem Braunkohle- und Heimatmuseum in Steinberg am See, dem einzigen seiner Art in Süddeutschland.
- Die **Vereinbarkeit von Umwelt, Mensch und Technik bestimmen die Gegenwart. National und international hochkarätige Firmen** sind in Wackersdorf **angesiedelt.**
- Über **5.000 moderne Arbeitsplätze** in ganz Wackersdorf und davon **3.000 im „Innovationspark Wackersdorf“**.





Themenfeld 4: Überzeugender Naturschutz

Überzeugender Naturschutz

Wertvolle Natur wird, ohne die Menschen auszusperrten, geschützt

- Die Naturparke „Oberpfälzer Wald“ und „Oberer Bayerischer Wald“ ziehen sich bis an die **Seen** im Oberpfälzer Seenland.
- Im Landkreis Schwandorf befinden sich **16** und zum Teil mit anderen Landkreisen überlappende **FFH-Gebiete**.
- **Naturpark Oberpfälzer Wald und Oberpfälzer Seenland** umfassen ca. 1.180 qkm (davon ca. 700 qkm Landschaftsschutzgebiete, ca. 32 qkm NATURA-2000-Gebiete und ca. 13 qkm Naturschutzgebiete)
- Zu den **bemerkenswerten Säugetieren**, die sich im Naturpark Oberpfälzer Wald und im Seenland wieder ausgebreitet haben, gehören **Biber und Fischotter**.
- Der **Landkreis Schwandorf** ist ein „Eldorado“ für **Fledermäuse**. **17 von 21** in Bayern vorkommenden **Arten** sind hier anzutreffen.
- Der **Weißstorch**, der in den vielen Flussauen auf Nahrungssuche und sein scheuer Verwandter, der **Schwarzstorch**, sind **heimisch im Seenland**.
- Der „vom Aussterben bedrohte“ **Moorfrosch**, hat in der **Bodenwöhrer Senke** noch ein bayernweites **Schwerpunktorkommen**.
- Als **gefährdete Fischarten** finden sich **Äschen, Barben und Rutten** in den Fließgewässern.
- **Einzigartig** in Deutschland ist das Vorkommen des **Herzlöffels** im Naturschutzgebiet **Charlottenhofer Weihergebiet**.



Überzeugender Naturschutz

Wertvolle Natur wird, ohne die Menschen auszusperrten, geschützt

- Über 100 Hektar erstreckt sich **das Naturschutzgebiet Weichselbrunner Weiher** nördlich vom Hammersee. Es ist die Heimat geschützter trockener, flechten- und zwergstrauchreicher Kiefernwälder.
- Die **Taxölderner Schlucht** ist eine 6 km lange und 250 m breite Sandsteinbank. Sie ist ein Überbleibsel aus der Kreidezeit, **eines der schönsten Geotope** und von geowissenschaftlicher Bedeutung.
- Das **Geotop Pingartener Porphy** ist **eines der 100 schönsten Geotope in Bayern** und führt zurück in die Zeit des Rotliegenden von vor etwa 302 bis 257 Millionen Jahren.
- Das **Charlottenhofer Weihergebiet** ist **das zweitgrößte Naturschutzgebiet der Oberpfalz**. Über 800 ha, 15 größere Teiche und über 80 mittlere und kleine Teiche stellen ein einzigartiges Biotopnetz dar. Wegen der Bedeutung für Arten- und Biotopschutz ist es seit 2001 Teil des Schutzgebietsnetzes Natura 200.
- Das **Naturschutzgebiet Pahl am Hirschberg** umfasst einen 3 Kilometer langen Abschnitt des "Pfahls", einer weltweit einmaligen erdgeschichtlichen Erscheinung, die auf ca. 150 Kilometern vom Mühlviertel in Oberösterreich bis Schwarzenfeld an der Naab verläuft.
- Auf einer Fläche von über 80 ha erstreckt sich das geschützte **Prackendorfer und Kulzer Moos**. Es umfasst Hoch-, Übergangs- und Niedermoorbereiche mit dem entsprechenden Vegetationsspektrum.
- Der **Druidenstein bei Kröblitz** ist ein zerklüftetes und mit Mischwald bestocktes Felsmassiv. Es wird vermutet, dass es sich hier um Opfersteine der Kelten handelt.
- Das **Naturdenkmal Wassersstein** bei Nittenau ist ein auffälliger Felsen mit Schalenbildung. **Vermutlich** zählte der Wasserstein zu den sogenannten **Opfersteinen einer keltischen Kultstätte**.
- Das **Taubenwiesbachtal** ist ein Seitental der Schwarzach. Der gesamte Bachverlauf des ist unverbaut und natürlich, das Tal **hat eine besondere Bedeutung als Nahrungshabitat des Schwarzstorchs**.





Themenfeld 5: Schön-schaurige und humorvolle Kultur

Schön-schaurige und humorvolle Kultur

Tradition und kulturelles Schaffen werden traditionsbewusst, leidenschaftlich und weltoffen arrangiert

- Das **Oberpfälzer Seenland** liebt **Festspiele** und legt jährlich einen attraktiven Festspielkalender auf.
- **Stadt- und Themenführungen** sind ganzjährig ein fester **Bestandteil im Kulturkalender** und werden in allen Orten angeboten.
- Bodenwöhr erzählt seine **Geschichte als Zentrum der Eisenindustrie** im Gehen auf dem **Rundwanderweg um den Schlossberg**.
- Das **landwirtschaftliche Oldtimermuseum in Windmais** sammelt auf 1000 qm die **Motorisierung der Landwirtschaft von 1900–1960**.
- Mit der **Hüttenwerkskohle** hat Bodenwöhr ein originelles **Zahlungsmittel** eingeführt, das den Zusammenhalt fördert und mit den historischen am Hammersee verknüpft ist.
- Die **Bodenwöhrer Crime Time** bringen im alten Magazingebäude **Krimifilme der 60er auf die Bühne**.
- Der **Brucker Marktspielsommer** bringt jedes Jahr große **Klassiker** auf die Bühne. 2023 steht "Das Gespenst von Canterville" an, **inszeniert von Laienschauspielern** des Kultur- und Festspielvereins Bruck.
- Die **Neunburger Burgfestspiele** erinnern an die **Schlacht** von 1433, als ein Heer aus Rittern, Bürgern und Bauern **gegen die Hussiten** zog und den Sieg davon trug.
- Der **Festspielverein Neunburg vorm Wald** ist das „**wahrscheinlich das beste Laientheater der Oberpfalz**“
- Die Stadt **Neunburg vorm Wald** mit dem **bundesweit bedeutsamsten städtischen Rutengängerlehrpfad** gilt als **Mekka für Wünschelrutengänger**.
- Die **Schwarzachtalhalle** ist die **beste Veranstaltungshalle** im Seenland mit **laufend hochwertigen Kulturveranstaltungen**.



Schön-schaurige und humorvolle Kultur

Tradition und kulturelles Schaffen werden traditionsbewusst, leidenschaftlich und weltoffen arrangiert

- **Seit 1954 ist Nittenau Faschingshochburg.** Die **Weiberfasenacht**, angeführt vom Weiberkomitee, ist in Nittenau seit über 40 Jahren die **Faschingsparty des Jahres**.
- Das Festspiel „**Die Geisterwanderung zu Nittenau**“ ist die geisterhafte **Komödie um die Legenden und Sagen des Regentals an den drei Burgschauplätzen Hof, Stefling und Stockenfels**.
- Aus Anlass des 150-jährigen Jubiläums der Erstaufführung der Bayernhymne hat die Stadt Schwandorf mit den „**Konrad-Max-Kunz-Tagen**“ im April 2010 ein neues Kultur- und Musikfestival ins Leben gerufen. Das Programm, das vorwiegend von regionalen Künstlern und Kulturschaffenden gestaltet wird, erleben **jährlich mehr als tausend Besucher**.
- **Die Schwandorfer Dokumentarfilmtage ZWICKL** sind ein fein kuratiertes Filmfestival. Der Eintritt kostet 2 Euro.
- Seit 45 Jahren gibt es in Schwandorf ein **Marionettentheater**.
- Der **Schwarzenfelder Männerchor** ist vermutlich **einzigste reine Männerchor in der Diözese**.
- Im Heimat- und Industriemuseum, im Geotop 99 „Wackersdorfer Braunkohle“ und im Tertiärwald wird der Wandel von Wackersdorf bis zur Gegenwart für die Nachwelt lebendig gehalten. **Zeitzeugen des Braunkohlebaus** bieten **als ehrenamtliche Museumsbetreuer** spannende Führungen an.
- **Wackersdorf inszeniert Berggeistwanderungen als szenisches Erlebnis** mit professionellen Schauspielern und erinnert damit an die Vergangenheit der Braunkohle und die Tradition der Bergmänner.
- **Vor über 100 Jahren beginnt** in Wackersdorf die **Tradition der Bergmanns- und Knappschaftskapelle**. Ihr musikalisches Wirken und die Wandlungsfähigkeit sorgen dafür, dass sie bis heute fortbesteht und ihre Wurzeln, hervorgegangen aus dem Knappenverein, zu keiner Zeit aus den Augen verlor.





Themenfeld 6: Bewegung in der Natur

Bewegung in der Natur

Rad-Eldorado:: Das Fahrrad ist das beliebteste Fortbewegungsmittel für Erkundungen im Seenland

- **Hunderte Kilometer gut ausgeschilderte und gepflegte Radwege** erschließen das Seenland und **bieten Einblicke in Natur, Kultur und Traditionen** der Seenland-Gemeinden.
- Zum **Kennenlernen der Region empfiehlt sich der Oberpfälzer Seenland-Rundweg**. Er ist 122 km lang, weist 1200 Höhenmeter auf und führt zu den fünf großen Seen: Steinberger See, Murner See, Brückensee, Hammersee und Eixendorfer See.
- Der **Vier-Seenradweg verbindet den Steinberger See mit dem Brückel-, Murner- und Knappensee**. Er ist 32 km lang und weist 220 Höhenmeter auf und ist ideal, die Atmosphäre des Oberpfälzer Seenlandes zu erspüren.
- In den meisten **Städten, Märkten und Gemeinden kreuzen sich lokale und überregionale Wege**. Hier gibt es E-Bike Ladestationen und die **Gastronomie in den größeren Orten auf die Radler eingestellt**.
- **Sunshine Bikes am Steinberger See ist die einzigartige Bikewelt im Oberpfälzer Seenland mit Radverleih, Café und Seeblick-Terrasse, Bike-Park am Vier-Seen-Weg am Steinerberger See.**
- Im Tourismusbüro **der Gemeinde Bodenwöhr werden E-Bikes und auch E-Mountainbikes zum Verleih angeboten**. In **Schwarzenfeld und Bodenwöhr besteht zudem für Radreisende Bahnanschluss**.
- **Lokale Radwege führen**, wie beispielsweise in Bodenwöhr, **als Rundradwege durch die Seenlandgemeinden** und vorbei an **kleinen Dörfern und großen, unberührten Waldgebieten**.
- Onlineportal des Oberpfälzer Seenlandes empfiehlt **23 Touren als Rund- oder Zielwege**. Der 155 km lange **fantastische Radweg Erlebnisswelt "Sagen und Geschichten"**, entführt in eine Welt von Burgen und Festspielen und verknüpft Natur, Kultur und Sport auf ideale Weise.



Bewegung in der Natur



Aktiv in der Natur: Wandern, Walken, Golfen und ein Gewässer immer in der Nähe

- Mehr als **700 Kilometer** gut beschilderte und gepflegte **Wanderwege** durchziehen das Oberpfälzer Seenland.
- **Alle Wanderwege** sind in einem **Online-Tourenportal** gesammelt und nach verschiedenen Aspekten zu filtern.
- Auf rund **70 Kilometern** verbindet der **Oberpfälzer Seenweg** den Jurasteig mit dem Goldsteig und ermöglicht uneingeschränkten Wandergenuss von der **Fränkischen Schweiz** durch den **Bayerischen Jura** bis zum **Bayerischen Wald**.
- Eine Besonderheit bildet der **Kunst- und Wasserweg** mit einzigartigen **Skulpturen** von der Künstlerin Christine Schinner in Zusammenarbeit der Bodenwöhrer Bevölkerung **am Hammersee**.
- Ein **4-F-Circle-Pfad für Nordic-Walking** in der Nähe der Sandoase bei Bruck ermöglicht ganzheitliches **Training** von Koordination - Kraft - Ausdauer - Beweglichkeit – Mobilisation **in freier Natur**.
- Die Gemeinden und Tourist-Information des Zweckverbandes organisieren **jährlich eine Woche lang erlebnisreiche Themenwanderungen und kulinarische Führungen** mit **qualifizierten Gästeführern** überall im Oberpfälzer Seenland.
- Zertifizierte Gästeführer bieten **individuelle Bustouren** auch für **Menschen mit Handicap** und nehmen dabei besonders **auf die Wünsche der Gäste Rücksicht**.
- Alle Seenlandgemeinden bieten ihren Gästen vielfältige Wanderungen und Themenführungen in und rund um die Orte an.
- Mit **Kinder-Detektivführungen, Erlebniswanderungen, Wakeboardkurse, Drachenbootfahrten und Go-Kart-Rennen** organisieren die Gemeinde eine Menge „**Education und Spaß**“ für Kinder und Jugend.



Bewegung in der Natur

Das Glück dieser Erde: Auf dem Rücken der Pferde im Oberpfälzer Seenland unterwegs ist wahre Freude

- **Naturgenießer finden genießen bei Ausritt die eindrucksvolle Natur** des Oberpfälzer Seenlandes auf dem Rücken der Pferde und erleben die abwechslungsreiche Fluss- und Seenlandschaft hautnah.
- Zahlreiche **Reitbetriebe und regionale Reitvereine** der Region veranstalten **Reitturniere, Reitjagden und Kutschfahrten** für ihre Gäste.
- **Moderne Reitanlagen** sorgen für die **Unterbringung der Gastpferde** in hochwertigen Pferdeboxen und Stalleinrichtungen und mit weitläufigen Koppeln.
- **Viele Reiterhöfe bieten ein umfangreiches Kinderprogramm** mit Ponyführen, Bambini-Reitstunden und kindgerechte Pferde-Abenteuer.
- Einige **Reitbetriebe haben sich auf qualifizierten Spring- und Dressurunterricht bis in die hohen Klassen spezialisiert.** Der Unterricht erfolgt mit **ausgebildeten Schulpferden bis in die hohen Klassen.**
- Eine Besonderheit der Region sind die **einzigartigen Eselwanderungen durch die Haselbacher Flur** im Seenland.
- **Reitbetriebe gibt es in 6 von 8 Seenlandgemeinden:** in Bodenwöhr, Bruck i. d. Opf., Neunburg vorm Wald, Nittenau, Schwandorf und Schwarzenfeld





Themenfeld 7: Regionale Genussmomente

Regionale Genussmomente



Oberpfälzer Kulinarik spannt den Bogen von deftig bis fein ...

- **Oberpfälzer Karpfen** ist seit August 2002 als **geschützte geografische Angabe (g.g.A.)** gemäß der Verordnung (EU) 1151/2012 bei der EU eingetragen.
- Der **Oberpfälzer Bauernsäufzer** ist eine dunkel geräucherte, haltbare Schweinsbratwurst, 15 bis 20 Zentimeter lang. Sie wird nur im Winter produziert und gelagert. Sie wird kalt oder warm mit frisch geriebenem Meerrettich serviert.
- Als das wahrscheinlich beste Weißbier der Welt wird **seit 1994 das Bodenwöhrer Jacob Weißbier** ununterbrochen mit dem **Goldenen DLG-Preis** prämiert.
- Das **Zoiglbier** ist eine **Oberpfälzer Spezialität** und wird unter anderem in der **Hausbrauerei Schnellinger** in Irrenlohe bei Schwarzenfeld, im **geographischen Mittelpunkt der Oberpfalz**, gebraut.
- Die **größte Teichwirtschaft im Seenland** liegt zwischen Schwarzenfeld und Holzhaus und erstreckt sich **260 ha**, fast identisch mit dem ehemaligen Besitz der Teichwirtschaft der Grafen von Holnstein, einst die größte Bayerns.
- **Teichwirte** bieten interessierten Gruppen **Erlebnisführungen und Fischverkostungen** durch die **Weihergebiete** und über die **Geschichte der traditionellen Teichwirtschaft** der Oberpfalz an.
- **105 Direktvermarkter** erzeugen und verkaufen im Oberpfälzer Wald und Seenland ihre **regionalen Produkte online oder auf Märkten in den Gemeinden**.
- Vom **Erlebnisbauernhof bis zur Schnapsbrennerei** – die Direktvermarkter im Oberpfälzer Seenland bieten Individualgästen und Gruppen in **Erlebnisführungen und Verkostungen** spannende **Einblicke in die Welt ihrer regionalen Produkte**.



Regionale Genussmomente

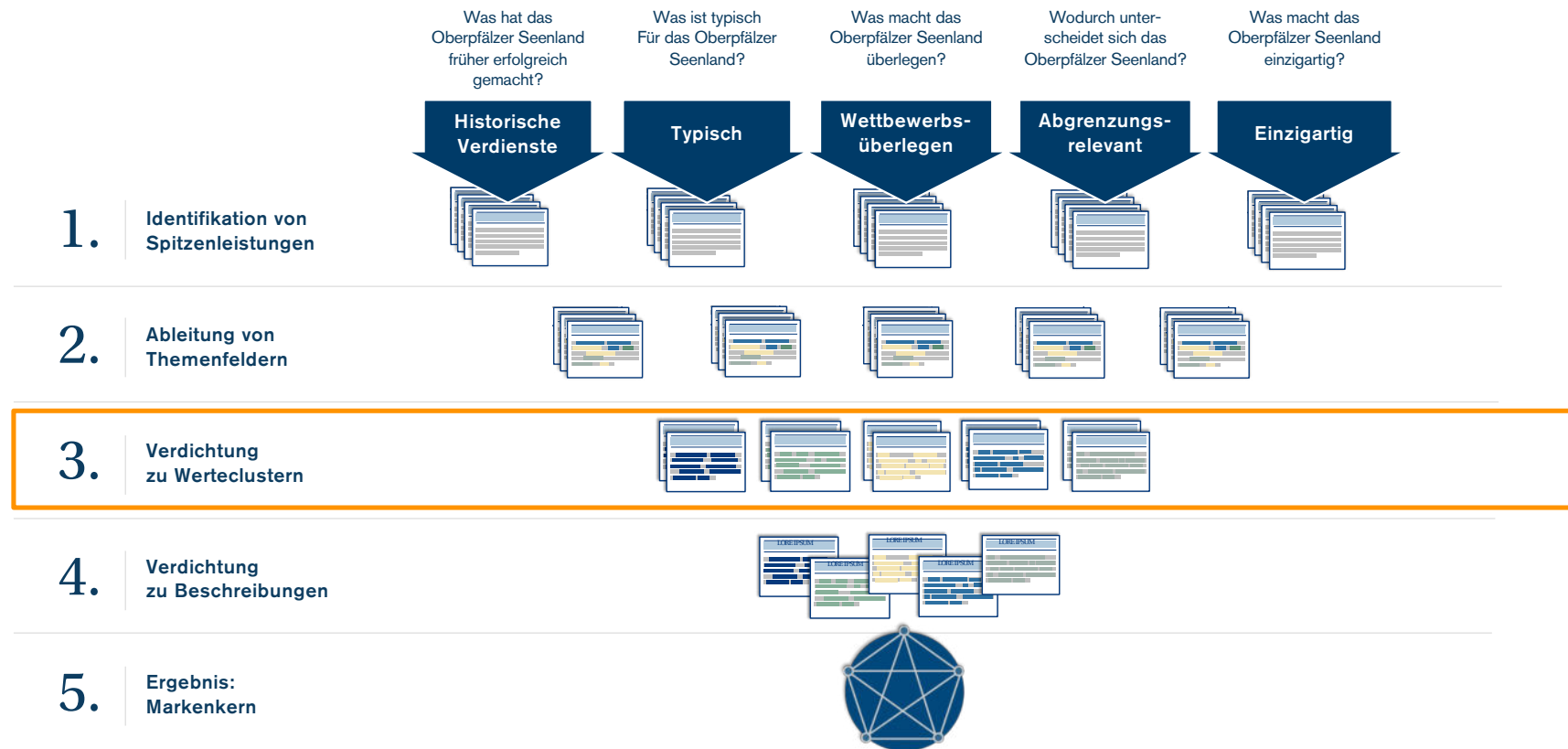


... und überrascht auf allerhöchstem Niveau

- Das **Restaurant Eisvogel** im **Landhotel Birkenhof** wird **2008 mit einem Stern Michelin ausgezeichnet**. 2020 kommt der zweite Stern hinzu. Damit ist Obendorfers Eisvogel eine Ausnahme, denn die meisten 2-Sterne-Restaurants befinden sich in einer Großstadt.
- **Vier** traditionsreiche mittelständische **Brauereien brauen Bier** im Oberpfälzer Seenland und **bieten Brauereibesichtigungen an**.
- Seit 1758 wird in Bodenwöhr Bier gebraut. Die **Brauerei Jacob** und schenkt in ihrem idyllisch am Hammersee gelegenen Gasthof mit Biergarten „**das wahrscheinlich beste Weißbier der Welt**“ und andere Bierspezialitäten aus.
- Das **Brauhaus Nittenau deckt den Energiebedarf zu 94 % mit der Sonne** und zählt zu einer der wenigen Solarbrauereien Deutschlands. Die Philosophie der Brauerei: „wir nur Biere zu brauen, die wir selbst trinken wollen“
- Für die **Biere der Schlossbrauerei Naabeck** wird **ausschließlich Brauwasser aus eigenen Quellen** verwendet und das Sortiment bewusst überschaubar gehalten.
- Seit 2001 braut Jürgen Schnellinger Bier und hat sich das **Handwerk selbst beigebracht**. **Der Hopfen wird selbst auf eigenem Grund an gebaut**. **Der Verkauf erfolgt an regionale Gasthöfe und an festen „Abholtagen“ direkt vor Ort**.
- Herbstzeit ist Karpfenzeit. **Von September bis April steht der Karpfen auf der Speisekarte einiger Wirte**. Wer, wann und wo, darüber gibt eine Onlinebroschüre Auskunft.
- **30 Oberpfälzer Spezialitäten bilden das Sortiment für den Oberpfälzer Regionalkorb**, den der Zweckverband Oberpfälzer Seenland organisiert. Die Produkte können als Geschenkkorb beliebig konfiguriert und online bestellt werden.



Unser Vorgehen in 5 Schritten



Verdichtung zu Werteclustern

1

- Über 700 Jahre ist Bruck Standort für Eisenverhütung und -verarbeitung mit europaweitem Absatzmarkt.
- 1464 wird ein Hüttenwerk nach Bodenwöhr verlegt, das durch die Wasserkraft der aufgestauten Bachläufe aus der Umgebung betrieben wird.
- Erzfunde im Umland, auch durch den Ortsnamen „Erzhäuser“ belegt, begünstigten den Bau eines Eisenhammers.
- 1800 stößt der Wackersdorfer Schneidermeister Andreas Schuster beim Brunnengraben auf Kohleflöz und sorgte damit quasi für die Geburtsstunde des Braunkohleabbaus.
- Bis Mitte der 1980er Jahre ist die Region des heutigen Seenlandes das größte Braunkohleabbaugebiet Süddeutschlands.
- In Steinberg steht damals das größte Kohleförderband der Welt. Bis zu einer Tiefe von 60 Metern wird mit riesigen Schaufelradbaggern Braunkohle abgebaut.
- Mit dem Ende des Bergbaus entsteht durch großräumige Renaturierung und Anlage von Seen die wasserreichste Region Ostbayerns.
- Die Wasserfläche des Oberpfälzer Seenlandes dehnt sich heute auf über 800 Hektar aus.
- Die Flutung der ehemaligen Braunkohlegruben im gesamten Oberpfälzer Seengebiet erfolgt durch das ansteigende Grundwasser. Nachdem die Wasserhaltung Schritt für Schritt eingestellt wird, dauert es rund zwei Jahrzehnte bis die Flutung abgeschlossen ist.
- 1997 wird der Zweckverband Oberpfälzer Seenland durch 8 Gemeinden, Landkreis Schwandorf und Bezirk Oberpfalz gegründet.
- Ziel ist die Umstrukturierung der ehemaligen Bergbauregion in einen attraktiven Freizeit- und Erholungsraum. Neue Einkommensquellen für die Bevölkerung entstehen. Denkmalpflege und Natur- und Umweltschutz werden aus Auftrag formuliert.

2

- Der Steinberger See ist mit 184 ha der größte See in Ostbayern. Idyllische, naturnahe Bereiche wechseln mit vielfältigsten Freizeit- und Sportangeboten.
- Der Steinberger See zieht Aktivurlauber und Wassersportbegeisterte an.
- Der Wilde Wake Park ist eine der attraktivsten und modernsten Wakeboard-Anlagen in Deutschland. Der Steinberger See ist sehr sauber. An windstillen Tagen beträgt die Tiefensicht bis zu 10 Meter.
- Seit August 2002 ist der Steinberger See amtlich zum Tauchen freigegeben..
- Rund um den Steinberger und Murner See führt jeweils ein ca. 7 km langer Rundweg.
- Der Steinberger See verbindet sonnige Naturstrände und lauschige Buchten mit absoluten Aktiv-Highlights.
- Der Murner See ist 90 ha groß und liegt naturräumlich in der Bodenwöhrer Senke, die zur Bodenwöhrer Bucht gehört. Vom Brückelsee ist er nur durch einen kleinen Damm getrennt.
- Badegäste, SUPer und Tretbootfahrer finden im Murner See ihr Paradies. Die Badeplätze verteilen sich rund um den See. Teils mit Sandstrand und Restaurant und mit dem Auto gut erreichbar.
- Das Familien-Highlight am Murner See ist der einzigartige Erlebnispark Wasser-Fisch-Natur.
- Idyllisch eingebettet auf einer grünen Landzunge zwischen Murner See und Brückelsee liegt der ADAC-prämierte Vier-Sterne CampingPark Murner See.
- Das Online Campingportal ADAC Pincamp wählt Vier-Sterne CampingPark Murner See 2022 zu einem der beliebtesten Campingplätze Bayerns.
- Der Brückelsee ist ein Paradies für Segler und mit 145 ha der zweitgrößte See.
- An Murner See und Brückelsee grenzt ein weitläufiges Natur- und Landschaftsschutzgebiet. Es ist der perfekte Ort für naturnahe Rad- und Wandertouren.
- Der Eixendorfer See entsteht in den 70er Jahren als Talsperre zum Schutz vor Hochwasser. Die Dörfer Eixendorf, Höllmühle, Obermühle, Seebarnhammer und eine Teilstrecke der ehemaligen Bahnlinie Bodenwöhr–Rötz verschwinden in den Fluten.
- Der Eixendorfer See gilt aufgrund seiner reichen Raubfischbestände als Top-Adresse bei Anglern.
- Zur Infrastruktur am Eixendorfer See gehören ein rund 15 Kilometer langer Rundweg, Campingplatz und Abenteuerspielplatz Eixi rund um die Welt der Fische.
- Eixendorfer See ein ideales Wandergebiet für ausdauernde Wanderer mit einer Seenumrundung von 15 bis 26 km Länge.
- Der Hammersee ist 64 ha groß und rund 8 Kilometer lang. Mit Schilf und Baumbeständen umsäumt ist er das Seen-Idyll schlechthin im Oberpfälzer Seenlandes.
- Der Hammersee-Badeplatz in Bodenwöhr liegt nur wenige Gehminuten vom Zentrum in Bodenwöhr entfernt.
- Der Badeplatz „Blechhammer“ ist der Geheimtipp für alle, es etwas ruhiger wollen am See.
- Bei einer Fahrt auf der Platte „Karin I“ entlang des Hammersees zeigt sich die ganze Schönheit von Bodenwöhr und dem Hammersee.
- Am Uferweg des Hammersees Biergarten mit Blick aufs Wasser.
- Der Klausensee gehört zu den Naturbadeseen, an denen der Wald bis ans Ufer reicht, und an dem man auf den zahlreichen Liegewiesen noch reichlich Platz findet.
- Der Klausensee wird als Naturbad bewirtschaftet. Flache Einstiege, ein ausgewiesener Nichtschwimmerbereich machen den Klausensee besonders kindgerecht.
- Die Flüsse Naab, Schwarzach und Regen bestimmen Ortsbilder und gestalten Tallandschaften im Oberpfälzer Seenland. Hier lässt es sich vortrefflich Wandern und Radeln, Angeln oder Bootswandern.
- Der Regen gilt bei Anglern als eine der besten Fließgewässer-Adressen in Deutschland.

Verdichtung zu Werteclustern

3

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Acht Gemeinden betreiben als Zweckverband gemeinsam die Entwicklung und Steuerung der neuen Tourismusregion. Bodenwöhr ist staatlich anerkannter Erholungsort und liegt am im 15. Jh durch Aufstau geschaffenen Hammersee. ▪ Bodenwöhrs Geschichte als Zentrum der Eisenindustrie hat Menschen und Natur geprägt und ist Thema des örtlichen Rundwanderweges um den Schlossberg. ▪ Bodenwöhr ist ein Ort für romantische Trauungen im Kunst- und Kulturgarten mit traumhaftem Blick auf den Hammersee. ▪ 2022 wird Bodenwöhr für seine zukunftsorientierte Entwicklung vom Industrie- zum Freizeit- und Tourismusort mit dem Prädikat „Golddorf der Oberpfalz“ ausgezeichnet. ▪ Zahlreiche Fernwanderwege kreuzen sich in Bodenwöhr. Allen voran Deutschlands längster Qualitätsweg, der Goldsteig. ▪ Bruck ist über 700 Jahre ein starker Standort für Eisenverhütung und -verarbeitung mit europaweitem Absatzmarkt. ▪ Der Marktspielsommer in Bruck bringt jedes Jahr sehenswerte Inszenierungen von Laienschauspielern auf die Bühne. ▪ Mit der Sandoase Sulzbach und ihrem idyllischen Sandstrand finden Familien ein wahres Paradies am Wasser. ▪ Das Heimat- und Bauernmuseum Mappach erzählt auf 850 qm anschaulich das ländliche und bäuerliche Leben vergangener Zeiten und die Tradition der Fischereiwirtschaft. ▪ Von alters her nennt man die Brucker | <ul style="list-style-type: none"> die Karpfen. Diese Zuschreibung beruht einer Legende. ▪ Der Brucker Flugplatz für Ultraleichtflugzeuge verfügt über einen einzigartigen Wellness-Bereich für Piloten und Besucher ▪ Burganlage und historische Altstadt sind das wertvolle architektonische Erbe der Stadt Neunburg. ▪ Neunburg vorm Wald ist mit 100.000 Übernachtungen pro Jahr führend im Seenland. ▪ Mix aus national und international agierenden Unternehmen mit gut 3200 modernen Arbeitsplätzen. ▪ Den „Neunburger Zehner“ hat Neunburg zur Stärkung von Einkaufserlebnis und Gemeinschaftsgeist entwickelt. ▪ Ein 18-Loch-Golfplatz, attraktive Rad- und Wanderwege und ausgewiesene Nordic-Walkingstrecken begeistern Sportfans. ▪ Die Lage von Nittenau am Fluss und der Fischreichtum im Regen locken Angler und Bootswanderer aus nah und fern. ▪ 100 km Wanderwegenetz und Zubringerwege zum Goldsteig und der Nittenauer Themenweg in der Regenaue begeistern Wanderer. ▪ Nittenau liegt an einem Knotenpunkt bedeutender regionaler und überregionaler Radwege. ▪ Nittenau steht für eine regionale Küche und bester Braukunst. Der jährliche Kulinarischen Abend am Marktplatz ist vielbesucht. ▪ Im Stadtmuseum am Kirchplatz von Nittenau wird die umfangreiche Stadtgeschichte nacherzählt. ▪ Der Komponist der Bayernhymne, Konrad Max Kunz, kommt in | <ul style="list-style-type: none"> Schwandorf im Jahr 1812 zu Welt. ▪ Der Klausensee ist der Schwandorfer Badensee. ▪ Zahlreiche Weiher und die Naab sind die Anglerparadiese vor Schwandorf. ▪ Das größte Felsenkeller-Labyrinth Bayerns befindet sich in Schwandorf. ▪ Einige Gaststätten befinden sich noch in teils historischen Gemäuern. ▪ Das Bürgerfest ist Schwandorfs jährliches Mittmachfest von, mit und für die Bürger. ▪ Seit 45 Jahren gibt es in Schwandorf ein Marionettentheater. ▪ Schwandorf ist der einzige Ort im Oberpfälzer Seenland mit einer Eislaufbahn. |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Schwandorf hat ein gutestouristisches Kernangebot mit mehr als 30 Betrieben, darunter 15 Biergärten in und um Schwandorf und rund 30 Beherbergungsbetrieben. ▪ Flugsport-Club Schwandorf bietet 5 Segelflugzeuge, 1 Motorsegler, 1 Ultraleicht-Flugzeug und die Ausbildung von Flugschülern an. ▪ In Schwarzenfeld wurden 1856 die Bayerischen Ostbahnen als wegweisendes Projekt für damalige Mobilität gegründet. ▪ Der Markt besticht durch die idyllische Lage an den Flüssen Naab und Schwarzach. Auf dem Gemeindegebiet befindet sich der geographische Mittelpunkt der Oberpfalz. ▪ Das Holstein'sche Mausoleum in Schwarzenfeld erinnert an Max Graf von Holstein, dem eine Schlüsselrolle bei der Gründung des 2. Deutschen Kaiserreiches zufiel. ▪ 2021 startet Schwarzenfeld die Initiative "Schwarzenfeld blüht" für Biodiversität und den Artenreichtum im Bereich der Grünflächen des Marktes. ▪ Schwarzenfeld liegt inmitten des Karpfenlandes Mittlere Oberpfalz. Die Fischzucht hat hier eine lange Tradition, die zahlreichen Weiher rundherum prägen den Ort. ▪ Der Schwarzenfelder Männerchor ist vermutlich einzige reine Männerchor der Diözese. ▪ Die Lage Schwarzenfelds in einer radwanderfreundlichen Topografie bieten Potenzial für Radtourismus. ▪ Steinberg ist der prominenteste ehemalige Tagebau in Bayern und darüber hinaus. | <ul style="list-style-type: none"> Steinberg ist ein attraktiver Wohnort mit sehr hohem Freizeitwert. ▪ Der örtliche Gasthof in Steinberg ist offiziell als „radfreundlicher Betrieb im Oberpfälzer Wald“ zertifiziert und für seine gute Küche weithin beliebt. ▪ Seit 2006 darf sich Steinberg "Steinberg am See" nennen. ▪ Steinberg am See besitzt mit dem Steinberger See das dichteste Freizeit- und Wassersportangebot aller Seen im Oberpfälzer Seenland. ▪ Alle Attraktionen in Steinberg verbindet der ca. 7 km lange Seerundweg, der wiederum über den Vier-Seen-Weg mit dem gesamten Oberpfälzer Seenland verbunden ist. ▪ Die größte Erlebnisholzspielwelt der Welt am Steinberger See ist zum Symbol für das Oberpfälzer Seenland geworden. ▪ Ab 1800 sind erste Ansätze industrieller Förderung von Bodenschätzen in Wackersdorf belegt. ▪ 1953 wird die Dorfkirche abgebrochen und die Umsiedlung von Alt-Wackersdorf abgeschlossen. ▪ In das Rekultivierungsprogramm zum Tagebau wird 1 Milliarde Mark investiert. 15 Millionen Bäume werden gepflanzt. ▪ Im Heimat- und Industriemuseum, im Geotop 99 „Wackersdorfer Braunkohle“ und im Tertiärwald wird der Wandel von Wackersdorf bis zur Gegenwart für die Nachwelt lebendig gehalten. ▪ Zeitzeugen als Museumsbetreuer bieten spannende Führungen und Besichtigungen an. ▪ Ein Museumslehrpfad verbindet das | <ul style="list-style-type: none"> Heimat- und Industriemuseum in Wackersdorf mit dem Braunkohle- und Heimatmuseum in Steinberg am See, dem einzigen seiner Art in ganz Süddeutschland. ▪ Die Vereinbarkeit von Umwelt, Mensch und Technik bestimmen die Gegenwart. National und international hochkarätige Firmen sind in Wackersdorf ansässig. ▪ Über 5.000 moderne Arbeitsplätze in ganz Wackersdorf und davon 3.000 im „Innovationspark Wackersdorf“. ▪ 2019 wird der Wackersdorfer Kippenboden als Bayerns Boden des Jahres ausgezeichnet. ▪ Die größte GoKart-Bahn Deutschlands mit Indoorbahn, das Prokart Raceland steht in Wackersdorf. |

Verdichtung zu Werteclustern

4

- Die Naturparke „Oberpfälzer Wald“ und „Oberer Bayerischer Wald“ ziehen sich bis an die Seen im Oberpfälzer Seenland.
- Im Landkreis Schwandorf befinden sich 16 und zum Teil mit anderen Landkreisen überlappende FFH-Gebiete..
- Der Naturpark Oberpfälzer Wald und Oberpfälzer Seenland umfasst insg. ca. 1.180 qkm (davon ca. 700 qkm Landschaftsschutzgebiete, ca. 32 qkm NATURA-2000-Gebiete und ca. 13 qkm Naturschutzgebiete)
- Zu den bemerkenswerten Säugetieren, die sich auch im Naturpark Oberpfälzer Wald und im Oberpfälzer Seenland wieder angesiedelt haben, gehören der Biber und der Fischotter.
- Der Landkreis Schwandorf ist ein „Eldorado“ für Fledermäuse. 17 von 21 in Bayern vorkommenden Arten sind hier anzutreffen.
- Der Weißstorch, der in den vielen Flussauen auf Nahrungssuche und sein scheuer Verwandter, der Schwarzhals, sind heimisch im Seenland.
- Der „vom Aussterben bedrohte“ Moorfrosch, hat in der Bodenwöhrer Senke noch ein bayerisches Schwerpunktkommen.
- Als gefährdete Fischarten finden sich Äschen, Barben und Ruten in den Fließgewässern.
- Der Angelsportverein Bodenwöhr kümmert sich um die Erhaltung des Fischbestandes im Hammersee.
- Einzigartig in Deutschland ist das Vorkommen des Herzlöffels im Naturschutzgebiet Charlottenhofer Weihergebiet.
- Über 100 Hektar erstreckt sich das Naturschutzgebiet Weichselbrunner Weiher nördlich vom Hammersee. Es ist die Heimat geschützter trockener, flechten- und zwergstrauchreicher Kiefernwälder.
- Die Taxölderner Schlucht ist eine 6 km lange und 250 m breite Sandsteinbank. Sie ist ein Überbleibsel aus der Kreidezeit und eines der schönsten Geotope im Seenland und von großer geowissenschaftlicher Bedeutung.
- Das Geotop Pingartener Porphyrit ist eines der 100 schönsten Geotope in Bayern führt zurück in die Zeit des Rotliegenden von vor etwa 302 bis 257 Millionen Jahren.
- Das Charlottenhofer Weihergebiet ist das zweitgrößte Naturschutzgebiet der Oberpfalz. Über 800 ha, 15 größere Teiche und über 80 mittlere und kleine Teiche stellen ein einzigartiges Biotopnetz dar. Wegen der Bedeutung für Arten- und Biotopschutz ist es seit 2001 Teil des Schutzgebietsnetzes Natura 2000.
- Das Naturschutzgebiet Pahl am Hirschberg umfasst einen 3 Kilometer langen Abschnitt des "Pfahls", einer weltweit einmaligen erdgeschichtlichen Erscheinung, die auf ca. 150 Kilometern vom Mühlviertel in Oberösterreich bis Schwarzenfeld an der Naab verläuft.
- Auf einer Fläche von über 80 ha erstreckt sich das geschützte Prackendorfer und Kulzer Moos. Es umfasst Hoch-, Übergangs- und Niedermoorbereiche mit dem entsprechenden Vegetationsspektrum.
- Der Druidenstein bei Kröblitz ist ein zerklüftetes und mit Mischwald bestocktes Felsmassiv. Es wird vermutet, dass es sich hier um Opfersteine der Kelten handelt.
- Das Naturdenkmal Wasserstein bei Nittenau ist ein auffälliger Felsen mit Schalenbildung. Vermutlich zählte der Wasserstein zu den sogenannten Opfersteinen einer keltischen Kultstätte.
- Das Taubenwiesbachtal ist ein Seitental der Schwarzach. Der gesamte Bachverlauf des ist unverbaut und natürlich, das Tal hat eine besondere Bedeutung als Nahrungshabitat des Schwarzhalsstorchs.

5

- Das Oberpfälzer Seenland legt jährlich einen attraktiven Kulturkalender auf.
- Stadt- und Themenführungen sind ganzjährig ein fester Bestandteil im Kulturkalender und werden in allen Orten angeboten.
- Bodenwöhr erzählt seine Geschichte als Zentrum der Eisenindustrie im Gehen auf dem Rundwanderweg um den Schlossberg.
- Das landwirtschaftliche Oldtimermuseum in Windmais sammelt auf 1000 qm die Motorisierung der Landwirtschaft von 1900–1960.
- Mit der Hüttenwerkskohle hat Bodenwöhr ein originelles Zahlungsmittel eingeführt, das den Zusammenhalt fördert und mit den historischen Wurzeln (ehemaliges Hüttenwerk am Hammersee) verknüpft ist.
- Die Bodenwöhrer Crime Time bringen im alten Magazingebäude Krimifilme der 60er auf die Bühne.
- Der Brucker Marktspielsommer bringt jedes Jahr Klassiker auf die Bühne. 2023 steht "Das Gespenst von Canterville" an, inszeniert von Laienschauspielern des Kultur- und Festspielvereins Bruck e.V.
- Die Neunburger Burgfestspiele erinnern an die Schlacht von 1433, als ein Heer aus Rittern, Bürgern und Bauern gegen die Hussiten zog und den Sieg davon trug.
- Der Festspielverein Neunburg vorm Wald ist das „wahrscheinlich das beste Laientheater der Oberpfalz“ (Google-Kommentar)
- Die Stadt Neunburg vorm Wald mit dem bundesweit bedeutsamsten städtischen Rutengängerlehrpfad gilt als Mekka für Wünschelrutengänger.
- Die Schwarzhalsalthe ist die beste Veranstaltungshalle im Seenland mit laufend hochwertigen Kulturveranstaltungen.
- Seit 1954 ist Nittenau Faschingshochburg. Die Weiberfasenacht ist seit über 40 Jahren die Faschingsparty des Jahres.
- Das Festspiel „Die Geisterwanderung zu Nittenau“ ist die geisterhafte Komödie um die Legenden und Sagen des Regentals an drei Burghausplätzen Hof, Steffing und Stockenfels.
- Aus Anlass des 150-jährigen Jubiläums der Erstaufführung der Bayernhymne hat die Stadt Schwandorf mit den „Konrad-Max-Kunz-Tagen“ im April 2010 ein neues Kultur- und Musikfestival ins Leben gerufen. Das Programm, das vorwiegend von regionalen Künstlern und Kulturschaffenden gestaltet wird, erleben jährlich mehr als tausend Besucher.
- Die Schwandorfer Dokumentarfilmtage ZWICKL sind ein fein kuratiertes Filmfestival. Der Eintritt kostet 2 Euro.
- Seit 45 Jahren gibt es in Schwandorf ein Marionettentheater.
- Der Schwarzenfelder Männerchor ist vermutlich einzige reine Männerchor in der Diözese.
- Im Heimat- und Industriemuseum, im Geotop 99 „Wackersdorfer Braunkohle“ und im Tertiärwald wird der Wandel von Wackersdorf bis zur Gegenwart für die Nachwelt lebendig gehalten. Zeitzeugen des Braunkohlebaus bieten als ehrenamtliche Museumsbetreuer bieten spannende Führungen an.
- Wackersdorf inszeniert Berggeistwanderungen als szenisches Erlebnis mit professionellen Schauspielern und erinnert damit an die Vergangenheit der Braunkohle und die Tradition der Bergmänner.
- Seit über 100 Jahren gibt es in Wackersdorf die Tradition der Bergmanns- und Knappschaftskapelle.

Verdichtung zu Werteclustern

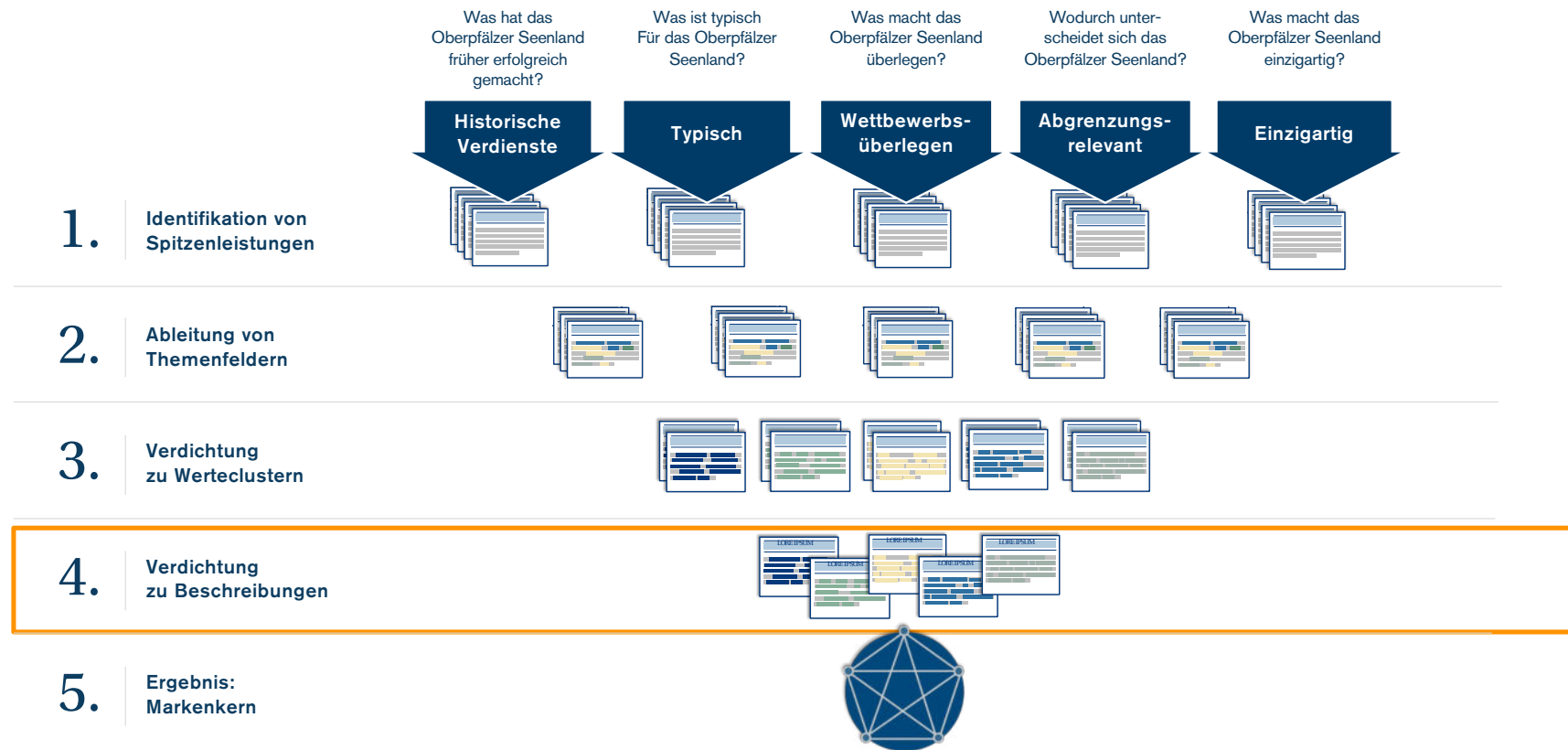
6

- Hunderte Kilometer gut ausgeschilderte und gepflegte Radwege erschließen das Seenland und bieten Einblicke in Natur, Kultur und Traditionen der Seenland-Gemeinden.
- Zum Kennenlernen der Region empfiehlt sich der Oberpfälzer Seenland-Rundweg. Er ist 122 km lang, weist 1200 Höhenmeter auf und führt zu den fünf großen Seen: Steinberger See, Murner See, Brückelsee, Hammersee und Eixendorfer See.
- Der Vier-Seenradweg verbindet den Steinberger See mit dem Brückel-, Murner- und Knappensee. Er ist 32 km lang und weist 220 Höhenmeter auf und ist ideal, die Atmosphäre des Oberpfälzer Seenlandes zu erspüren.
- In den meisten Städten, Märkten und Gemeinden kreuzen sich lokale und überregionale Wege. Hier gibt es E-Bike Ladestationen und die Gastronomie in den größeren Orten auf die Radler eingestellt.
- Sunshine Bikes am Steinberger See ist die einzigartige Bikewelt im Oberpfälzer Seenland mit Radverleih, Café und Seeblick-Terrasse, Bike-Park am Vier-Seen-Weg am Steinerberger See.
- Im Tourismusbüro der Gemeinde Bodenwöhr werden E-Bikes und auch E-Mountainbikes zum Verleih angeboten. In Schwarzenfeld und Bodenwöhr besteht zudem für Radreisende Bahnanschluss.
- Lokale Radwege führen als Rundradwege durch die Seenlandgemeinden und vorbei an kleinen Dörfern und großen, unberührten Waldgebieten.
- Onlineportal des Oberpfälzer Seenlandes empfiehlt 23 Touren als Rund- oder Zielwege. Der 155 km lange Radweg Erlebniswelt "Sagen und Geschichten", entführt in eine Welt von Burgen und Festspielen und verknüpft Natur, Kultur und Sport.
- Mehr als 700 Kilometer gut beschilderte und gepflegte Wanderwege durchziehen das Oberpfälzer Seenland.
- Alle Wanderwege sind in einem Online-Tourenportal gesammelt und nach verschiedenen Aspekten zu filtern.
- Auf rund 70 Kilometern verbindet der Oberpfälzer Seenweg den Jurasteig mit dem Goldsteig und ermöglicht uneingeschränkten Wandergenuss von der Fränkischen Schweiz durch den Bayerischen Jura bis zum Bayerischen Wald.
- Eine Besonderheit bildet der Kunst- und Wasserweg mit einzigartigen Skulpturen von der Künstlerin Christine Schinner in Zusammenarbeit der Bodenwöhrer Bevölkerung am Hammersee.
- Ein 4-F-Circle-Pfad für Nordic-Walking in der Nähe der Sandoase bei Bruck ermöglicht ganzheitliches Training in freier Natur.
- Die Gemeinden und Tourist-Information des Zweckverbandes organisieren jährlich eine Woche lang erlebnisreiche Themenwanderungen und kulinarische Führungen mit qualifizierten Gästeführern.
- Zertifizierte Gästeführer bieten individuelle Bustouren auch für Menschen mit Handicap und nehmen dabei besonders auf die Wünsche der Gäste Rücksicht.
- Alle Seenlandgemeinden bieten ihren Gästen vielfältige Wanderungen und Themenführungen in und rund um die Orte an.
- Mit Kinder-Detektivführungen, Erlebniswanderungen, Wakeboardkurse, Drachenbootfahrten und Go-Kart-Rennen organisieren die Gemeinde eine Menge „Education und Spaß“ für Kinder und Jugend.
- Naturgenießer finden genießen bei Ausritt die eindrucksvolle Natur des Oberpfälzer Seenlandes auf dem Rücken der Pferde und erleben die abwechslungsreiche Fluss- und Seenlandschaft hautnah.
- Zahlreiche Reitbetriebe und regionale Reitvereine der Region veranstalten Reitturniere, Reitjagden und Kutschfahrten für ihre Gäste.
- Moderne Reitanlagen sorgen für die Unterbringung der Gastpferde in hochwertigen Pferdeboxen und Stalleinrichtungen und mit weitläufigen Koppeln.
- Viele Reiterhöfe bieten ein umfangreiches Kinderprogramm mit Ponyführen, Bambini-Reitstunden und kindgerechte Pferde-Abenteuer.
- Einige Reitbetriebe haben sich auf qualifizierten Spring- und Dressurunterricht bis in die hohen Klassen spezialisiert. Der Unterricht erfolgt mit ausgebildeten Schulpferden bis in die hohen Klassen.
- Eine Besonderheit der Region sind die einzigartigen Eselwanderungen durch die Haselbacher Flur im Seenland.
- Reitbetriebe gibt es in 6 von 8 Seenlandgemeinden: in Bodenwöhr, Bruck i. d. Opf., Neunburg vorm Wald, Nittenau, Schwandorf und Schwarzenfeld

7

- Oberpfälzer Karpfen ist seit August 2002 als geschützte geografische Angabe (g.g.A.) gemäß der Verordnung (EU) 1151/2012 bei der EU eingetragen.
- Der Oberpfälzer Bauernsäufer ist eine dunkel geräucherte, haltbare Schweinsbratwurst, 15 bis 20 Zentimeter, lang. Sie wird nur im Winter produziert und gelagert. Sie wird kalt oder warm mit frisch geriebenem Meerrettich serviert.
- Als das wahrscheinlich beste Weißbier der Welt wird seit 1994 das Bodenwöhrer Jacob Weißbier ununterbrochen mit dem Goldenen DLG-Preis prämiert.
- Das Zoiglbier ist eine Oberpfälzer Spezialität und wird unter anderem in der Hausbrauerei Schnellinger in Irrenlohe bei Schwarzenfeld, im geographischen Mittelpunkt der Oberpfalz, gebraut.
- Die größte Teichwirtschaft im Seenland liegt zwischen Schwarzenfeld und Holzhaus und erstreckt sich 260 ha, fast identisch mit dem ehemaligen Besitz der Teichwirtschaft der Grafen von Holstein, einst die größte Bayerns.
- Teichwirte bieten interessierten Gruppen Erlebnisführungen und Fischverkostungen durch die Weihergebiete und über die Geschichte der traditionellen Teichwirtschaft der Oberpfalz an.
- 105 Direktvermarkter erzeugen und verkaufen im Oberpfälzer Wald und Seenland ihre regionalen Produkte online oder auf Märkten in den Gemeinden.
- Vom Erlebnisbauernhof bis zur Schnapsbrennerei – die Direktvermarkter im Oberpfälzer Seenland bieten Individualgästen und Gruppen in Erlebnisführungen und Verkostungen spannende Einblicke in die Welt ihrer regionalen Produkte.
- Das Restaurant Eisvogel im Landhotel Birkenhof wird 2008 mit einem Stern Michelin ausgezeichnet. 2020 kommt der zweite Stern hinzu. Damit ist Obendorfers Eisvogel eine Ausnahme, denn die meisten 2-Sterne-Restaurants befinden sich in einer Großstadt.
- Vier traditionsreiche mittelständische Brauereien brauen Bier im Oberpfälzer Seenland und bieten Brauereibesichtigungen an.
- Die Brauerei Jacob und schenkt in ihrem idyllisch am Hammersee gelegenen Gasthof mit Biergarten „das wahrscheinlich beste Weißbier der Welt“ und andere Bierspezialitäten aus.
- Das Brauhaus Nittenau deckt den Energiebedarf zu 94 % mit der Sonne und zählt zu einer der wenigen Solarbrauereien Deutschlands.
- Für die Biere der Schlossbrauerei Naabeck wird ausschließlich Brauwasser aus eigenen Quellen verwendet und das Sortiment bewusst überschaubar gehalten.
- Seit 2001 braut Jürgen Schnellinger Bier und hat sich das Handwerk selbst beigebracht. Der Hopfen wird selbst auf eigenem Grund an gebaut. Der Verkauf erfolgt an regionale Gasthöfe und an festen „Abholtagen“ direkt vor Ort.
- Herbstzeit ist Karpfenzeit. Von September bis April steht der Karpfen auf der Speisekarte einiger Wirte. Wer, wann und wo, darüber gibt eine Onlinebroschüre Auskunft.
- 30 Oberpfälzer Spezialitäten bilden das Sortiment für den Oberpfälzer Regionalkorb, den der Zweckverband Oberpfälzer Seenland organisiert. Die Produkte können als Geschenkkorb beliebig konfiguriert und online bestellt werden.

Unser Vorgehen in 5 Schritten



Verdichtung der Spitzenleistungen zu Werten

Welcher Charakter prägt uns als Oberpfälzer Seenland? Welcher Wert leitet sich aus den Spitzenleistungen ab?

Verdichtung der Spitzenleistungen zu Werteclustern

ursprünglich

- Über 700 ... ort für Eisenverhütung und -verarbeitung mit europaweitem Absatzmarkt.
- 1464 wird ... Bodenwöhr verlegt, das durch die Wasserkraft der aufgestauten Bachläufe aus der Umgebung betrieben wird.
- Erzfunde im Umland, auch durch den Ortsnamen „Erzhäuser“ belegt, begünstigten den Bau eines Eisenhammers.
- 1800 stößt der Wackersdorfer Schneidermeister Andreas Schuster beim Brunnengraben auf Kohleflöz und sorgte damit quasi für die Geburtsstunde des Braunkohleabbaus.
- Bis Mitte der 1980er Jahre ist die Region des heutigen Seenlandes das größte Braunkohleabbaugebiet Süddeutschlands.
- In Steinberg steht damals das größte Kohleförderband der Welt. Bis zu einer Tiefe von 60 Metern wird mit riesigen Schaufelradbaggern Braunkohle abgebaut.
- Mit dem Ende des Bergbaus entsteht durch großräumige Renaturierung und Anlage von Seen die wasserreichste Region Ostbayerns.
- Die Wasserfläche des Oberpfälzer Seenlandes dehnt sich heute auf über 800 Hektar aus.
- Die Flutung der ehemaligen Braunkohlegruben im gesamten Oberpfälzer Seengebiet erfolgt durch das ansteigende Grundwasser. Nachdem die Wasserhaltung Schritt für Schritt eingestellt wird, dauert es rund zwei Jahrzehnte bis die Flutung abgeschlossen ist.
- 1997 wird der Zweckverband Oberpfälzer Seenland durch 8 Gemeinden, Landkreis Schwandorf und Bezirk Oberpfalz gegründet.
- Ziel ist die Umstrukturierung der ehemaligen Bergbauregion in einen attraktiven Freizeit- und Erholungsraum. Neue Einkommensquellen für die Bevölkerung entstehen. Denkmalpflege und Natur- und Umweltschutz werden aus Auftrag formuliert.

☆☆☆☆

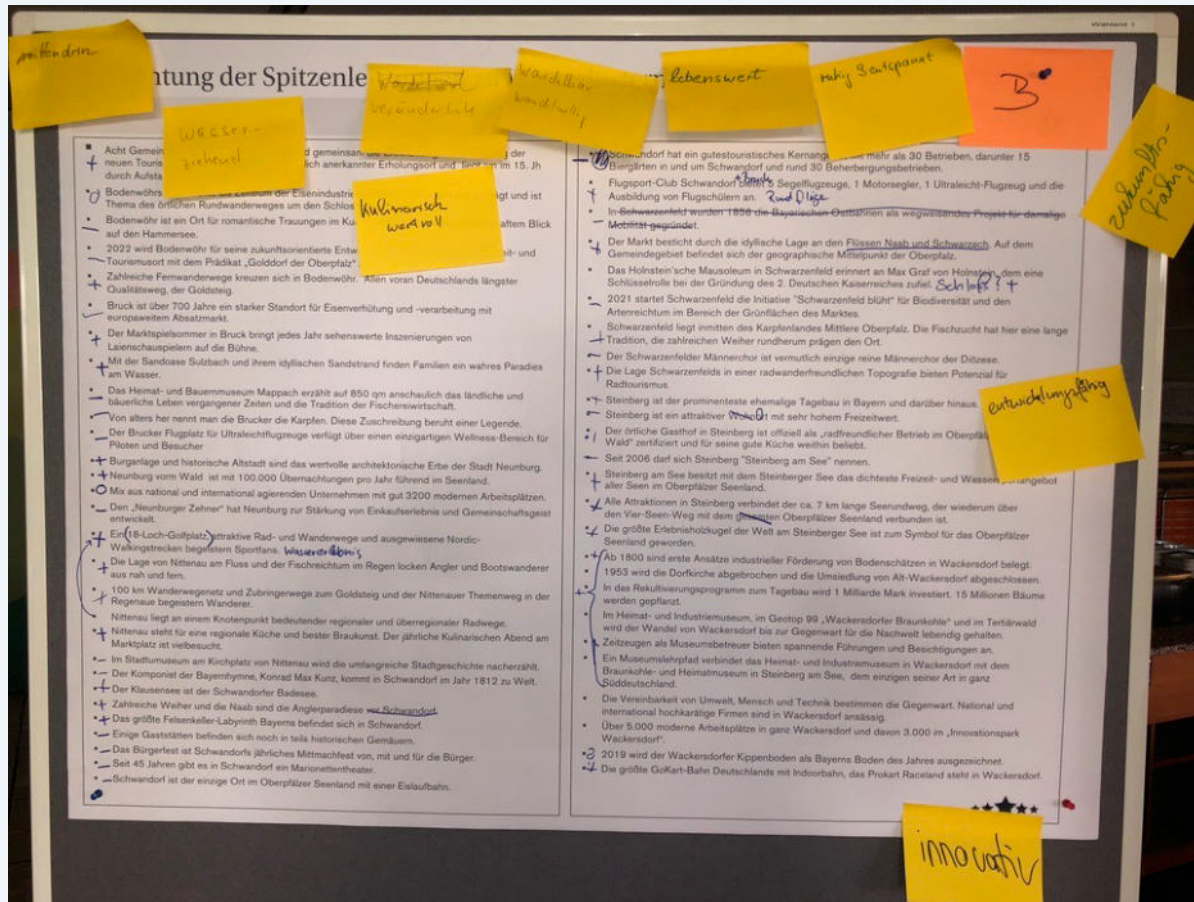
Kernwert

geschichtsbewusst

(ursprünglich)

Verdichtung der Spitzenleistungen zu Werten

Welcher Charakter prägt uns als Oberpfälzer Seenland? Welcher Wert leitet sich aus den Spitzenleistungen ab?



Kernwert

wandlungswillig

(aufstrebend)

(ambitioniert)

Verdichtung der Spitzenleistungen zu Werten

Welcher Charakter prägt uns als Oberpfälzer Seenland? Welcher Wert leitet sich aus den Spitzenleistungen ab?

Verdichtung der Spitzenleistungen zu Wertclustern

natursprünglich

wertvoll

Seltenschön

unbezahlbar

unbezahlbar unberührt

SCHÜTZENS-
WERT

erhaltungswert

natürlich

einmalig natürlich

seltene Natur

artenschön

ursprünglich

naturnah

artenreich

unberührt

not ursprünglich

ursprünglich

ursprünglich

Kernwert

natursprünglich

(seensüchtig)

(facettenreich)

Verdichtung der Spitzenleistungen zu Werten

Welcher Charakter prägt uns als Oberpfälzer Seenland? Welcher Wert leitet sich aus den Spitzenleistungen ab?

Verdichtung der Spitzenleistungen zu Werteclustern

- Das Oberpfälzer Seenland legt jährlich einen attraktiven Kulturkalender auf.
- Stadt- und Themenführungen sind ganzjährig ein fester Bestandteil im Kulturkalender und werden in allen Orten angeboten.
- Bodenwöhr erzählt seine Geschichte als Zentrum der Eisenindustrie im Gehen auf dem Rundwanderweg um den Schlossberg.
- Das landwirtschaftliche Oldtimermuseum in Windmais sammelt auf 1000 qm die Motorisierung der Landwirtschaft von 1900–1960.
- Mit der Hüttenwerkskohle hat Bodenwöhr ein originelles Zahlungsmittel eingeführt, das den Zusammenhalt fördert und mit den historischen Wurzeln (ehemaliges Hüttenwerk am Hammersee) verknüpft ist.
- Die Bodenwöhrer Crime Time bringen im alten Magazingebäude Krimifilme der 60er auf die Bühne.
- Der Brucker Marktspielsommer bringt jedes Jahr Klassiker auf die Bühne. 2023 steht "Das Gespenst von Canterville" an, inszeniert von Laienschauspielern des Kultur- und Festspielvereins Bruck e.V.
- Die Neunburger Burgfestspiele erinnern an die Schlacht von 1433, als ein Heer aus Rittern, Bürgern und Bauern gegen die Hussiten zu davon trug.
- Der Festspielverein Neunburg vorm Wald ist das „wahrscheinlich das beste Laientheater der Oberpfalz“ (Google-Kommentar)
- Die Stadt Neunburg vorm Wald mit dem bundesweit bedeutsamsten städtischen Rutengängerlehrpfad gilt als Mekka für Wünschelrute
- Die Schwarzachtalhalle ist die beste Veranstaltungshalle im Seenland mit laufend hochwertigen Kulturveranstaltungen.
- Seit 1954 ist Nittenau Faschingshochburg. Die Weiberfasenacht ist seit über 40 Jahren die Faschingsparty des Jahres.
- Das Festspiel „Die Geisterwanderung zu Nittenau“ ist die geisterhafte Komödie um die Legenden und Sagen des Regentals an drei B... Hof, Stefling und Stockenfels.
- Aus Anlass des 150-jährigen Jubiläums der Erstaufführung der Bayernhymne hat die Stadt Schwandorf mit den „Konrad-Max-Kunz-Ta... ein neues Kultur- und Musikfestival ins Leben gerufen. Das Programm, das vorwiegend von regionalen Künstlern und Kulturschaffenden erleben jährlich mehr als tausend Besucher.
- Die Schwandorfer Dokumentarfilmtage ZWICKL sind ein fein kuratiertes Filmfestival. Der Eintritt kostet 2 Euro.
- Seit 45 Jahren gibt es in Schwandorf ein Marionettentheater.
- Der Schwarzenfelder Männerchor ist vermutlich einzige reine Männerchor in der Diözese.
- Im Heimat- und Industriemuseum, im Geotop 99 „Wackersdorfer Braunkohle“ und im ... Wald wird der Wandel von Wackersdorf bis zur Geg... Führungen an.
- Wackersdorf inszeniert Berggeistwanderungen als szenisches Erlebnis mit profession... Braunkohle und die Tradition der Bergmänner.
- Seit über 100 Jahren gibt es in Wackersdorf die Tradition der Bergmanns- und Knap...

Handwritten notes on the document:

- erlebniswert
- erlebenswert
- A
- ehrlich
- traditionell
- erkennbar
- Heimat
- weisse
- traditionsbewusst
- authentisch
- erlebnisreich
- lehrsam
- lebendig
- gelebte
- Geschichte / Tradition

Kernwert

erlebniswert

erlebenswert

Verdichtung der Spitzenleistungen zu Werten

Welcher Charakter prägt uns als Oberpfälzer Seenland? Welcher Wert leitet sich aus den Spitzenleistungen ab?

Verdichtung der Spitzenleistungen zu Werten

aktiv facettenreich natürlich vielfältig

- Der Steinberger See ist mit 184 ha der größte See in Ostbayern. Idyllische naturnahe Bereiche wechseln mit vielfältigsten Freizeit- und Sportangeboten.
- Der Steinberger See zieht Aktivurlauber und Wassersportbegeisterte an.
- Der Wilde Wake Park ist eine der attraktivsten und modernsten Wakeboard-Anlagen in Deutschland. Der Steinberger See ist sehr sauber. An windstillen Tagen beträgt die Tiefensicht bis zu 10 Meter.
- Seit August 2002 ist der Steinberger See amtlich zum Tauchen freigegeben.
- Rund um den Steinberger und Murner See führt jeweils ein ca. 7 km langer Rundweg.
- Der Steinberger See verbindet sonnige Naturstrände und lauschige Buchten mit absoluten Aktiv-Highlights.
- Der Murner See ist 90 ha groß und liegt naturräumlich in der Bodenwöhrer Senke, die zur Bodenwöhrer Bucht gehört. Vom Brückensee ist er nur durch einen kleinen Damm getrennt.
- Badegäste, SUPer und Tretbootfahrer finden im Murner See ihr Paradies. Die Badeplätze verteilen sich rund um den See. Teils mit Sandstrand und Restaurant und mit dem Auto gut erreichbar.
- Das Familien-Highlight am Murner See ist der einzigartige Erlebnispark Wasser-Fisch-Natur.
- Idyllisch eingebettet auf einer grünen Landzunge zwischen Murner See und Brückensee liegt der ADAC-prämierte Vier-Sterne CampingPark Murner See.
- Das Online Campingportal ADAC Pincamp wählt Vier-Sterne CampingPark Murner See 2022 zu einem der beliebtesten Campingplätze Bayerns.
- Der Brückensee ist ein Paradies für Segler und mit 145 ha der zweitgrößte See.
- An Murner See und Brückensee grenzt ein weitläufiges Natur- und Landschaftsschutzgebiet. Es ist der perfekte Ort für naturnahe Rad- und Wandertouren.
- Der Eixendorfer See entsteht in den 70er Jahren als Talsperre zum Schutz vor Hochwasser. Die Dörfer Eixendorf, Höllmühle, Obermühle, Seebarnhammer und eine Teilstrecke der ehemaligen Bahnlinie Bodenwöhr-Rötz verschwinden in den Fluten.
- Der Eixendorfer See gilt aufgrund seines reichen Raubfischbestandes als Top-Adresse bei Anglern.
- Zur Infrastruktur am Eixendorfer See gehören ein rund 15 Kilometer langer Rundweg, Campingplatz und Abenteuerspielplatz Exi rund um die Welt der Fische.
- Eixendorfer See ein ideales Wandergebiet für ausdauernde Wanderer mit einer Seerundung von 15 bis 26 km Länge.
- Der Hammersee ist 64 ha groß und rund 8 Kilometer lang. Mit Schilf und Baumbeständen umsäumt ist er das Seen-Idyll schlechthin im Oberpfälzer Seenland.
- Der Hammersee-Badeplatz in Bodenwöhr liegt nur wenige Gehminuten vom Zentrum in Bodenwöhr entfernt.
- Der Badeplatz „Blechhammer“ ist der Geheimtipp für alle, es etwas ruhiger wollen am See.
- Bei einer Fahrt auf der Platte „Karin I“ entlang des Hammersees zeigt sich die ganze Schönheit von Bodenwöhr und dem Hammersee.
- Am Uferweg des Hammersees Biergarten mit Blick aufs Wasser.
- Der Klausensee gehört zu den Naturbadeseeen, an denen der Wald bis ans Ufer reicht, und an dem man auf den zahlreichen Liegewiesen noch reichlich Platz findet.
- Der Klausensee wird als Naturbad bewirtschaftet. Flache Einstiege, ein ausgewiesener Nichtschwimmerbereich machen den Klausensee besonders kindgerecht.
- Die Flüsse Naab, Schwarzach und Regen bestimmen Ortsbilder und gestalten Tallandschaften im Oberpfälzer Seenland. Hier lässt es sich vortrefflich Wandern und Radeln, Angeln oder Bootswandern.
- Der Regen gilt bei Anglern als eine der besten Fließgewässer-Adressen in Deutschland.

☆☆☆☆

Kernwert

aktiv

Welcher Charakter prägt uns als Oberpfälzer Seenland? Welcher Wert leitet sich aus den Spitzenleistungen ab?



naturaktiv

Verdichtung der Spitzenleistungen zu Werten

Welcher Charakter prägt uns als Oberpfälzer Seenland? Welcher Wert leitet sich aus den Spitzenleistungen ab?

Verdichtung der Spitzenleistungen zu Werteklustern

Schmackhaft

- Oberpfälzer Karpfen ist seit August 2002 als geschützte geografische Angabe (g.g.A.) gemäß der Verordnung (EU) 1151/2012 der EU eingetragen.
- Der Oberpfälzer Bauernsäufer ist eine dunkel geräucherte, haltbare Schweinsbratwurst, 15 bis 20 Zentimeter, lang. Sie wird nur im Winter produziert und gelagert. Sie wird kalt oder warm mit frisch geriebenem Meerrettich serviert.
- Als das wahrscheinlich beste Weißbier der Welt wird seit 1994 das Bodenwöhrer Jacob Weißbier ununterbrochen mit dem Goldenen DLG-Preis prämiert.
- Das Zoiglbiere ist eine Oberpfälzer Spezialität und wird unter anderem in der Hausbrauerei Schnellinger in Irenlohe bei Schwarzenfeld, im geographischen Mittelpunkt der Oberpfalz, gebraut.
- Die größte Teichwirtschaft im Seenland liegt zwischen Schwarzenfeld und Holzhaus und erstreckt sich 260 ha, fast identisch mit dem ehemaligen Besitz der Teichwirtschaft der Grafen von Holstein, einst die größte Bayerns.
- Teichwirte bieten interessierten Gruppen Erlebnisführungen und Fischverkostungen durch die Weihergebiete und über die Geschichte der traditionellen Teichwirtschaft der Oberpfalz an.
- 105 Direktvermarkter erzeugen und verkaufen im Oberpfälzer Wald und Seenland ihre regionalen Produkte online oder auf Märkten in den Gemeinden.
- Vom Erlebnisbauernhof bis zur Schnapsbrennerei – die Direktvermarkter im Oberpfälzer Seenland bieten Individualgästen und Gruppen in Erlebnisführungen und Verkostungen spannende Einblicke in die Welt ihrer regionalen Produkte.
- Das Restaurant Eisvogel im Landhotel Birkenhof wird 2008 mit einem Stern Michelin ausgezeichnet. 2020 kommt der zweite Stern hinzu. Damit ist Obendorfers Eisvogel eine Ausnahme, denn die meisten 2-Sterne-Restaurants befinden sich in einer Großstadt.
- Vier traditionsreiche mittelständische Brauereien brauen Bier im Oberpfälzer Seenland und bieten Brauereibesichtigungen an.
- Die Brauerei Jacob und schenkt in ihrem idyllisch am Hammersee gelegenen Gasthof mit Biergarten „das wahrscheinlich beste Weißbier der Welt“ und andere Bierspezialitäten aus.
- Das Brauhaus Nittenau deckt den Energiebedarf zu 94 % mit der Sonne und zählt zu einer der wenigen Solarbrauereien Deutschlands.
- Für die Biere der Schlossbrauerei Naabek wird ausschließlich Brauwasser aus eigenen Quellen verwendet und das Sortiment bewusst überschaubar gehalten.
- Seit 2001 braut Jürgen Schnellinger Bier und hat sich das Handwerk selbst beigebracht. Der Hopfen wird selbst auf eigenem Grund an gebaut. Der Verkauf erfolgt an regionale Gasthöfe und an festen „Abholtagen“ direkt vor Ort.
- Herbstzeit ist Karpfenzeit. Von September bis April steht der Karpfen auf der Speisekarte einiger Wirte. Wer, wann und wo, darüber gibt eine Onlinebroschüre Auskunft.
- 30 Oberpfälzer Spezialitäten bilden das Sortiment für den Oberpfälzer Regionalkorb, den der Zweckverband Oberpfälzer Seenland organisiert. Die Produkte können als Geschenkkorb beliebig konfiguriert und online bestellt werden.

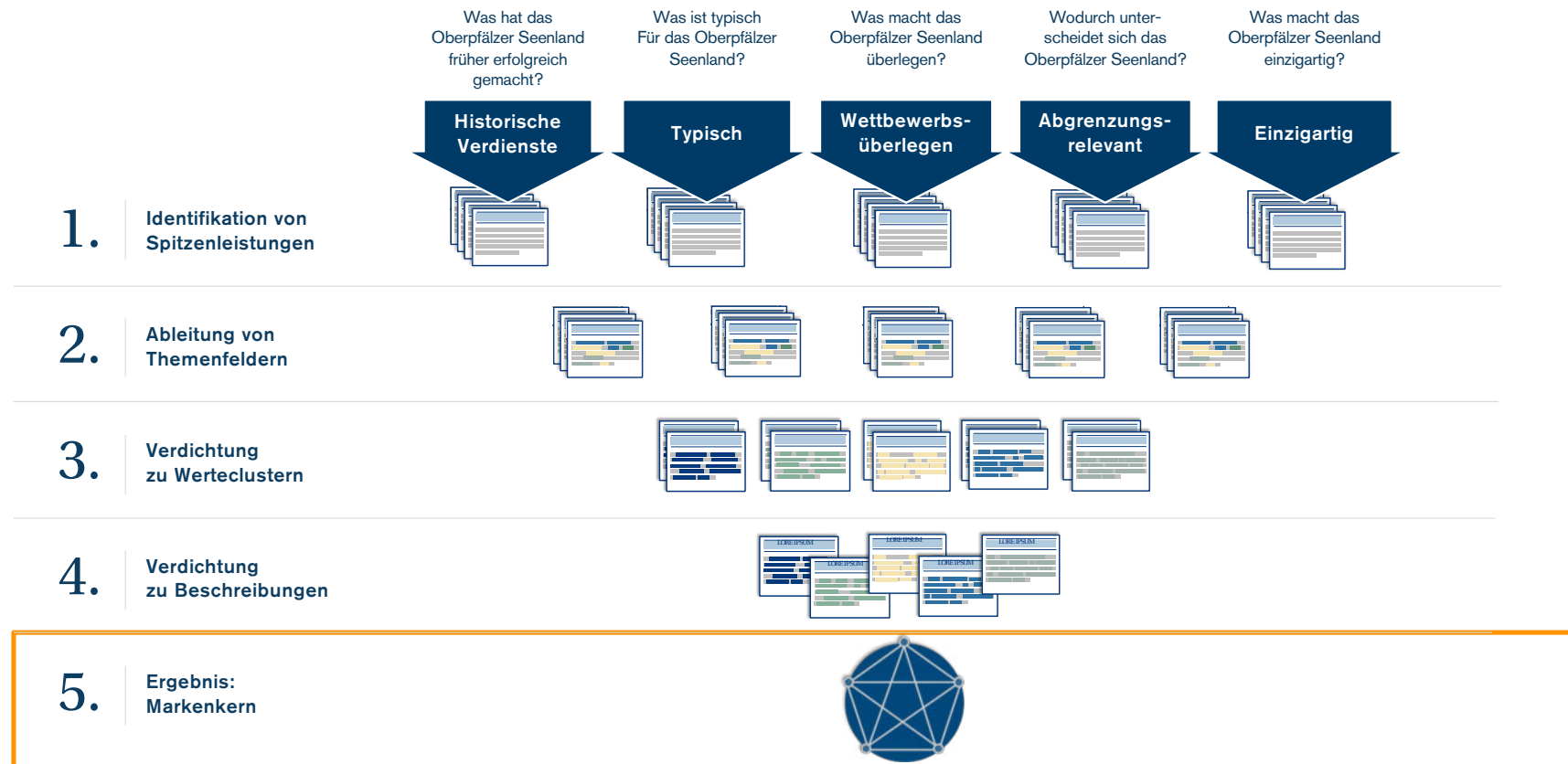
☆☆☆☆

Kernwert

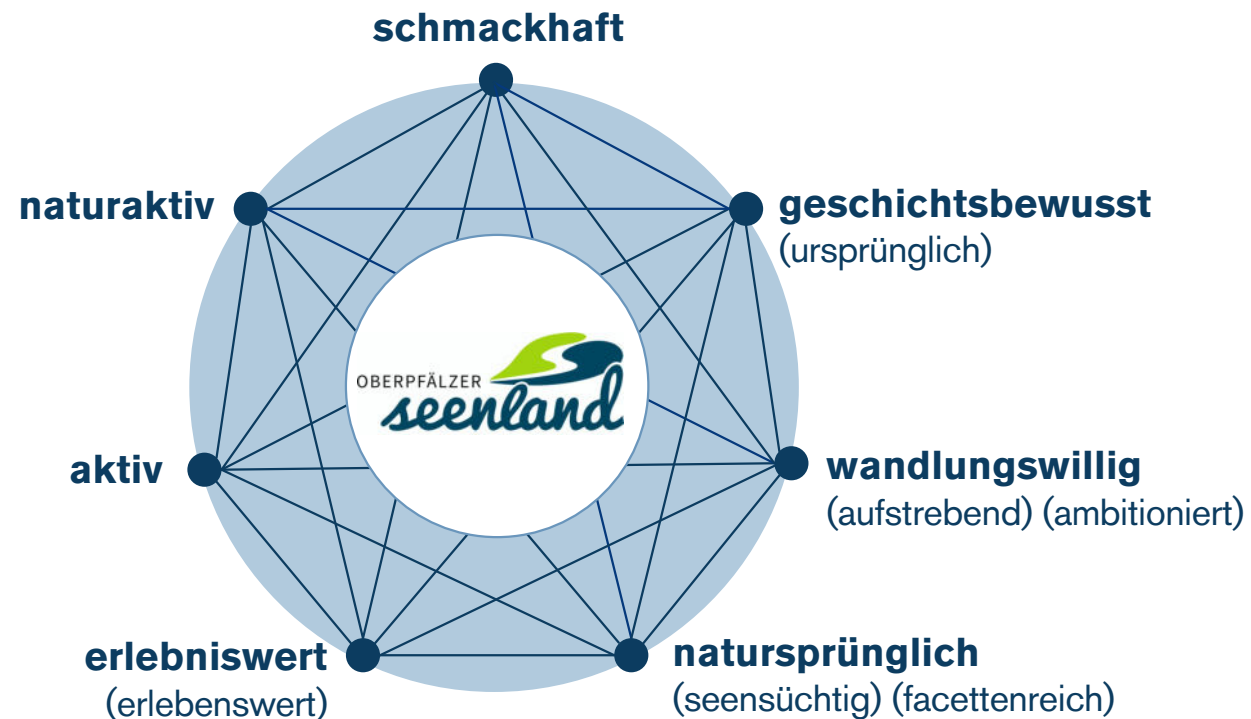
schmackhaft

(saugut)

Unser Vorgehen in 5 Schritten



Sieben Kernwerte, hergeleitet aus unterschiedlichen Themenfeldern und Spitzenleistungen, Stand 9.2.22023



6. Der Markenkern

Formulierung der Markenkernwerte und ihre Auslegung



Was macht uns aus?
Markenkern Oberpfälzer Seenland

Was ist ein Markenkern

Der Markenkern steht für die Wesensart, die Identität einer Marke.

Der Markenkern besteht aus Werten, die sich durch dauerhaft erbrachte Spitzenleistungen aus der Vergangenheit zu diesen Werten verdichten.

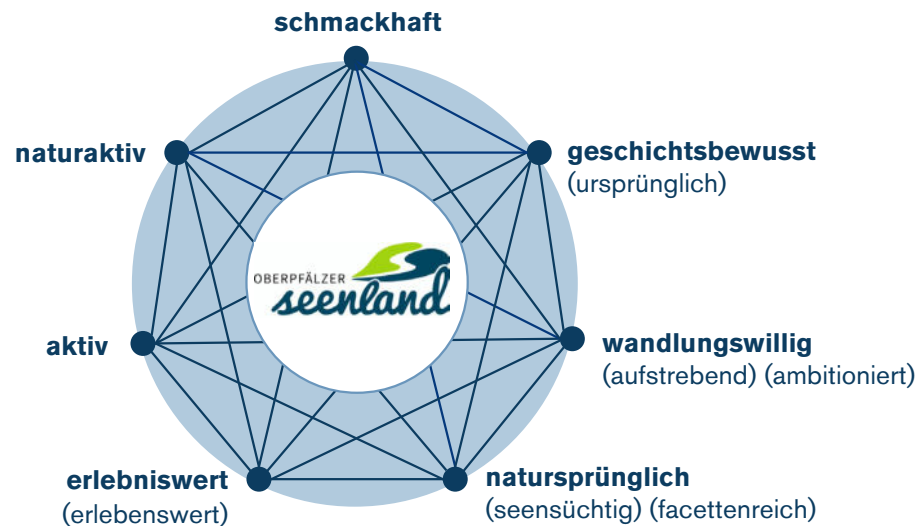
Die Zusammenstellung der spezifischen Werte macht den Unterschied zu anderen Marken klar erkennbar. Der Markenkern darf nur als Gesamtheit angesehen werden und beschreibt die Glaubwürdigkeitsgrenzen.

Entwicklung des Wertesystems vom Oberpfälzer Seenland

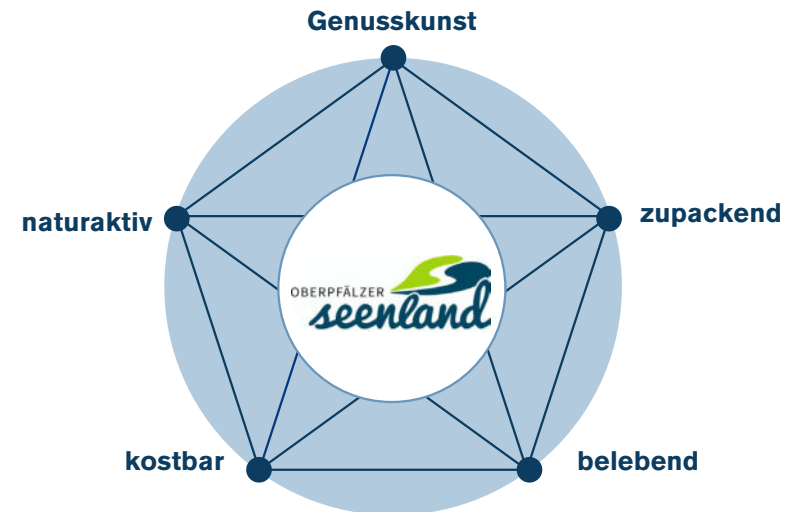
Stand 8. März 2023



Stand am 9. Februar



Stand am 9. März



Entwicklung

Quelle: Projektteam Oberpfälzer Seenland 9. Februar und 8. März 2023

Final: Die Kernwerte und ihre Auslegung für das Oberpfälzer Seenland

Genusskunst

Wir verbinden Kreativität und Können zu sinnlichen Erlebnissen und hochwertigen lokalen Produkten.

naturaktiv

Wir gestalten aktive und passive Urlaubs- und Freizeitangebote rund um unsere Wald- und Wasserlandschaften.

zupackend

Wir ergreifen die Chancen, wenn sie uns einen Mehrwert bieten.

kostbar

Wir richten Nutzung und Schutz unserer Wald- und Wasserlandschaften darauf aus, ihre Schönheit und den Erlebnisreichtum zu erhalten.

belebend

Wir kombinieren Stadt-, Dorf- und Gewässerkultur zu belebenden Freizeit-, Genuss- und Urlaubserfahrungen.



Wie wir das Angebot im Sinne unserer Werte gestalten

Genusskunst

Wir verbinden Kreativität und Können zu sinnlichen Erlebnissen und hochwertigen lokalen Produkten.

Inhalt & Atmosphäre

naturaktiv

Wir gestalten aktive und passive Urlaubs- und Freizeiterlebnisse rund um unsere Wald- und Wasserlandschaften.

kostbar

Wir richten Nutzung und Schutz unserer Wald- und Wasserlandschaften darauf aus, ihre Schönheit und den Erlebnisreichtum zu erhalten.

belebend

Wir kombinieren Stadt-, Dorf- und Gewässerkultur zu belebenden Freizeit-, Genuss- und Urlaubserfahrungen.

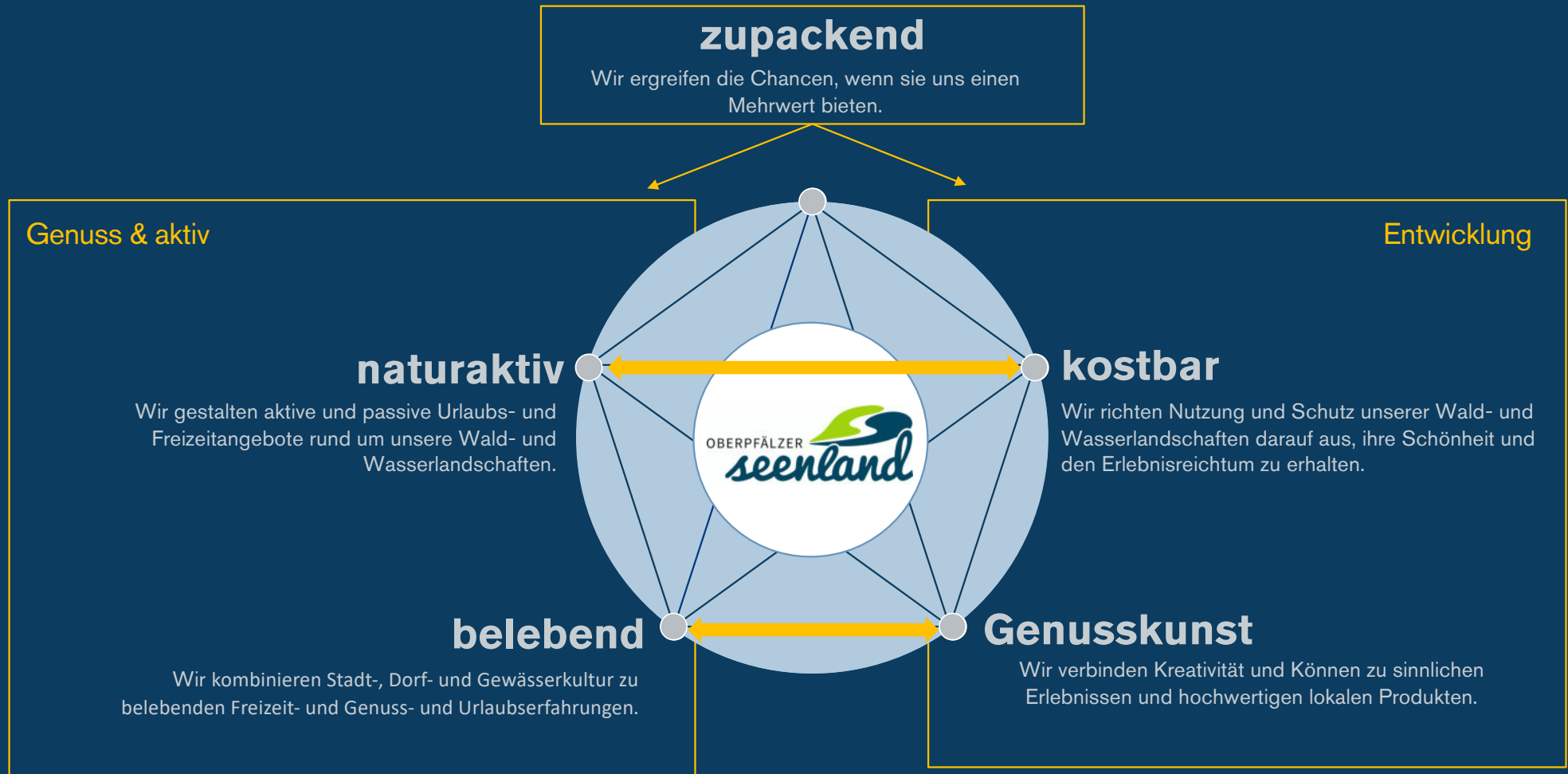
zupackend

Wir ergreifen die Chancen, wenn sie uns einen Mehrwert bieten.

Anspruch



Wohin wir uns im Sinne unserer Werte entwickeln können



7. Markenresonanzanalyse

Was sind Attraktivitätstreiber

Attraktivitätstreiber sind Faktoren und Merkmale, die das Interesse und die Anziehungskraft auf ein bestimmtes Produkt, eine Dienstleistung oder eine Erfahrung erhöhen.

Es sind Einflussfaktoren, die Menschen dazu bringen, sich für etwas zu interessieren oder es auszuwählen, anstatt eine alternative Option zu wählen.

Attraktivitätstreiber können bewusst eingesetzt werden, um Produkte oder Dienstleistungen attraktiver zu machen und die Kundenzufriedenheit und -bindung zu erhöhen.

Was macht uns anziehungsstark?
Attraktivitätstreiber



Wir haben eine Umfrage unter Kennern in der Region durchgeführt und von 11 TeilnehmerInnen Antworten auf diese Frage erhalten:

„Was macht das Oberpfälzer Seenland für Bürgerinnen und Bürger und für Urlaubsgäste und Besucher attraktiv?



Resonanzen aus der Perspektive BürgerInnen/ Urlaubsgäste und BesucherInnen

Reizvolle Natur							
Regionalität	Wasseraktivitäten					Erreichbarkeit	
Noch kein Massentourismus	Angeln/Fischerei	Vielseitiges Freizeitangebot				Bustagesreisen	Ländlichkeit
Intakte, abwechslungsreiche Natur	Aktivsport (Wasser/Land)	Holzkugel (4)				Gute Verkehrsanbindung	Ländlicher Lebensraum
Wellness in der Natur	Boot/ Kanu	Natursport-Qualität		Freizeitangebote	Kulturvielefalt	Ausflugsziele für Familien	Touristische Infrastruktur
Ruhe in der Natur	Wassersportmöglichkeiten	Wasserlandschaften	Radwege/ Landschaft	Freizeitmöglichkeiten	Geschichte		
Regionale Produkte (2)	Steinberger See als Aushängeschild	Wassererlebnis	Fahrradnetz	Vielseitige Freizeitangebot	Felsenkeller	Campingdomizil	
Nähe zum Bayerischen Wald	Seenauswahl mit verschiedenen Angeboten	Steinberger See	Wandern/Radeln	Hochwertige Freizeitangebot	Events (2)	Qualitativ hochwertige Unterkünfte	Dynamische Wirtschaft
Erholung/ Ruhe in der Natur (3)	Große Anzahl an Seen	Landschaft /Seen	Einheitlich markierte Wege (2)	Viele Freizeitangebote	Viele kulturelle Angebote	Guter Service	Arbeitsmarkt
Natur	Einrichtungen um die Seen	Wasser	Rad- und Wanderwege (2)	Hohe Freizeitmöglichkeiten	Nähe zu Regensburg	Unterkünfte /Camping, Hotels Chalets	TI Oberpfälzer Seenland
Naturpark Höllohe	Sportangebot Out-/Indoor	Badeseen	Radtouren	Erlebnisspielplätze	Festspiele	Camping/Wohnwagen und Wohnmobile	Dienstleister
Landschaft	Wassersport	Seenlandschaft	Wanderwege	Holzkugel (2)	Events (2)	Beliebt bei Wohnmobilreisenden	Wirtschaftlichkeit

Quelle: Ergebnisse Bürgerumfrage Februar/2023

Aus den Resonanzen leiten sich folgende 10 Attraktivitätstreiber für das Oberpfälzer Seenland ab

Reizvolle Natur

Wasseraktivitäten

Wasserlandschaften

Natursportqualität

Vielseitiges Freizeitangebot

Kulturvielfalt

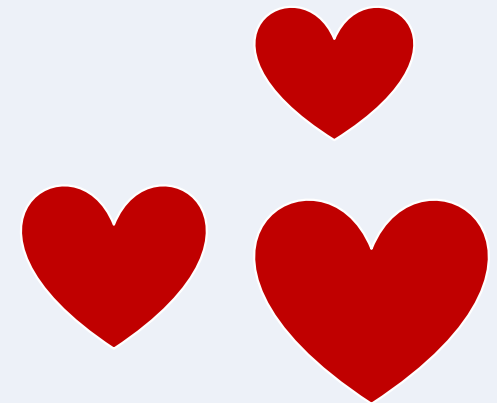
Erreichbarkeit

Campingqualität

Ländlichkeit

Dynamische Wirtschaft

Hier haben wir qualitativ in einer Stichprobe die externe Sicht der BürgerInnen untersucht. Wie wird Oberpfälzer Seenland von **außen** wahrgenommen? Welche Attribute **begeistern** sie? Abschließend sollte Einigkeit darin bestehen, dass die genannten Attribute bereits **positiv verankert und erlebbar** sind.



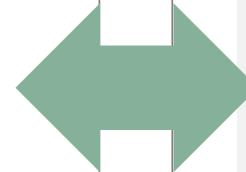
Inwieweit stimmt die Innensicht mit der Außensicht überein?



Innensicht: Markenwerte



Außensicht: Attraktivitätstreiber



Inwieweit stimmt die Innensicht mit der Außensicht überein?



Innensicht: Markenwerte



Außensicht: Attraktivitätstreiber



Inwieweit stimmt die Innensicht mit der Außensicht überein?



Innensicht: Markenwerte



Außensicht: Attraktivitätstreiber



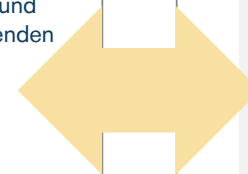
Inwieweit stimmt die Innensicht mit der Außensicht überein?



Innensicht: Markenwerte



Außensicht: Attraktivitätstreiber



8. Herleitung der Nr. 1-Positionierung

Entwicklung der Nr. 1-Position. Wo wollen wir hin?



Wohin wollen wir uns bewegen?
Nr.1-Position

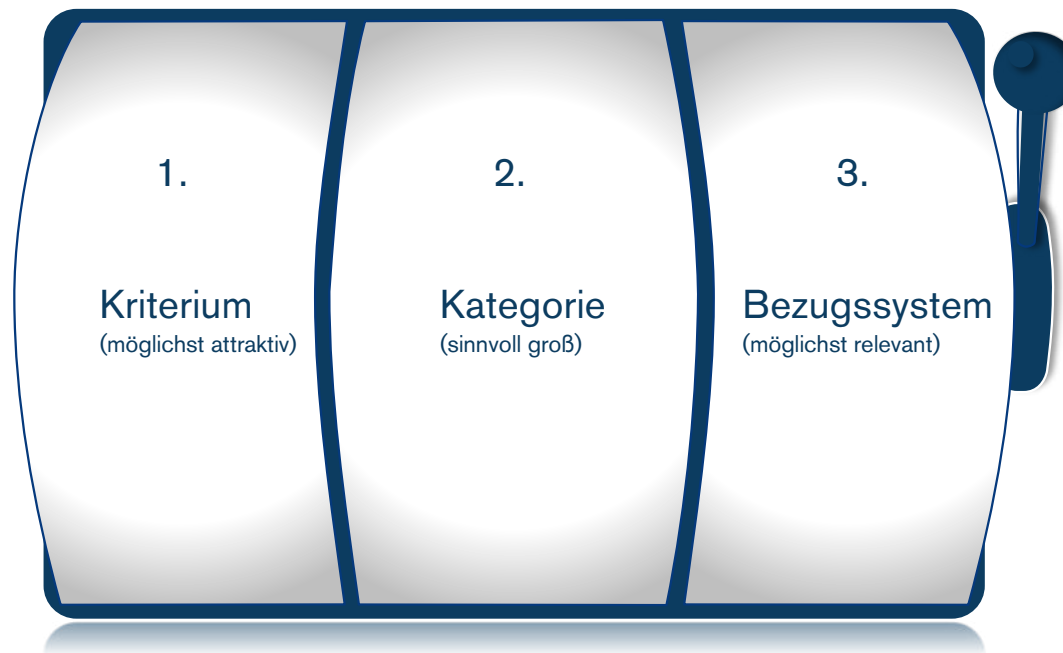
Was ist eine Nr.1-Position?

Sie ist das eindeutig und prägnant formulierte, glaubhafte Versprechen einer Marke.

Die Markenpositionierung ist zukunftsgerichtet und drückt aus, wofür die Marke – unter Berücksichtigung ihrer bisherigen Leistungen – stehen will.

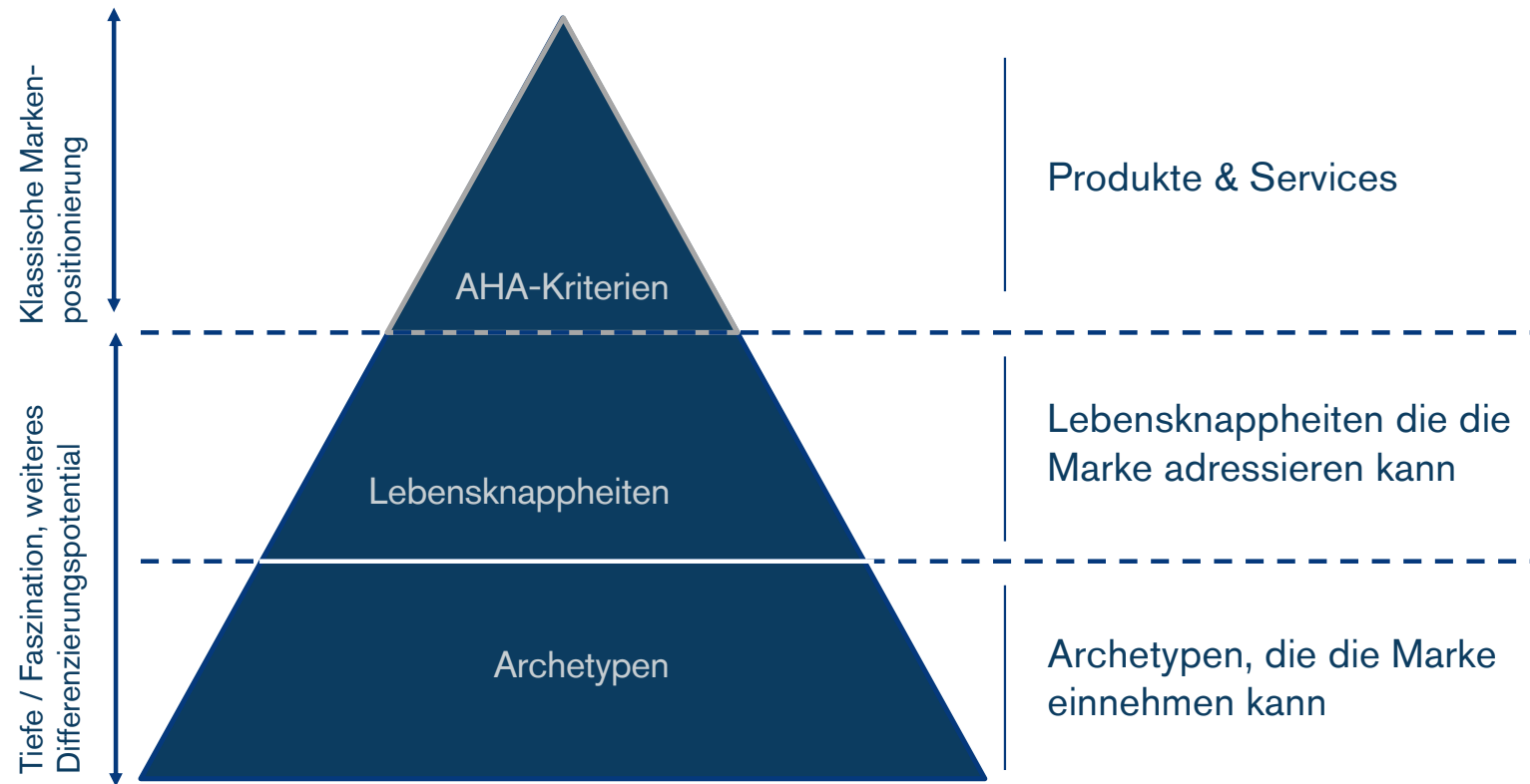
Zur Verankerung der Positionierung in den Köpfen der Menschen sind Alleinstellungsmerkmale unabdingbar. Die Nr.1-Position besteht aus drei Komponenten: Dem Kriterium (Beispiel: schnell), der Kategorie (Beispiel: Maus) und dem Bezugssystem (Beispiel: Mexiko).

Diese drei Elemente benötigen wir zur Erarbeitung einer Nr. 1 Position



Quelle: Brand Trust ®

Die 3 Ebenen der Positionierung

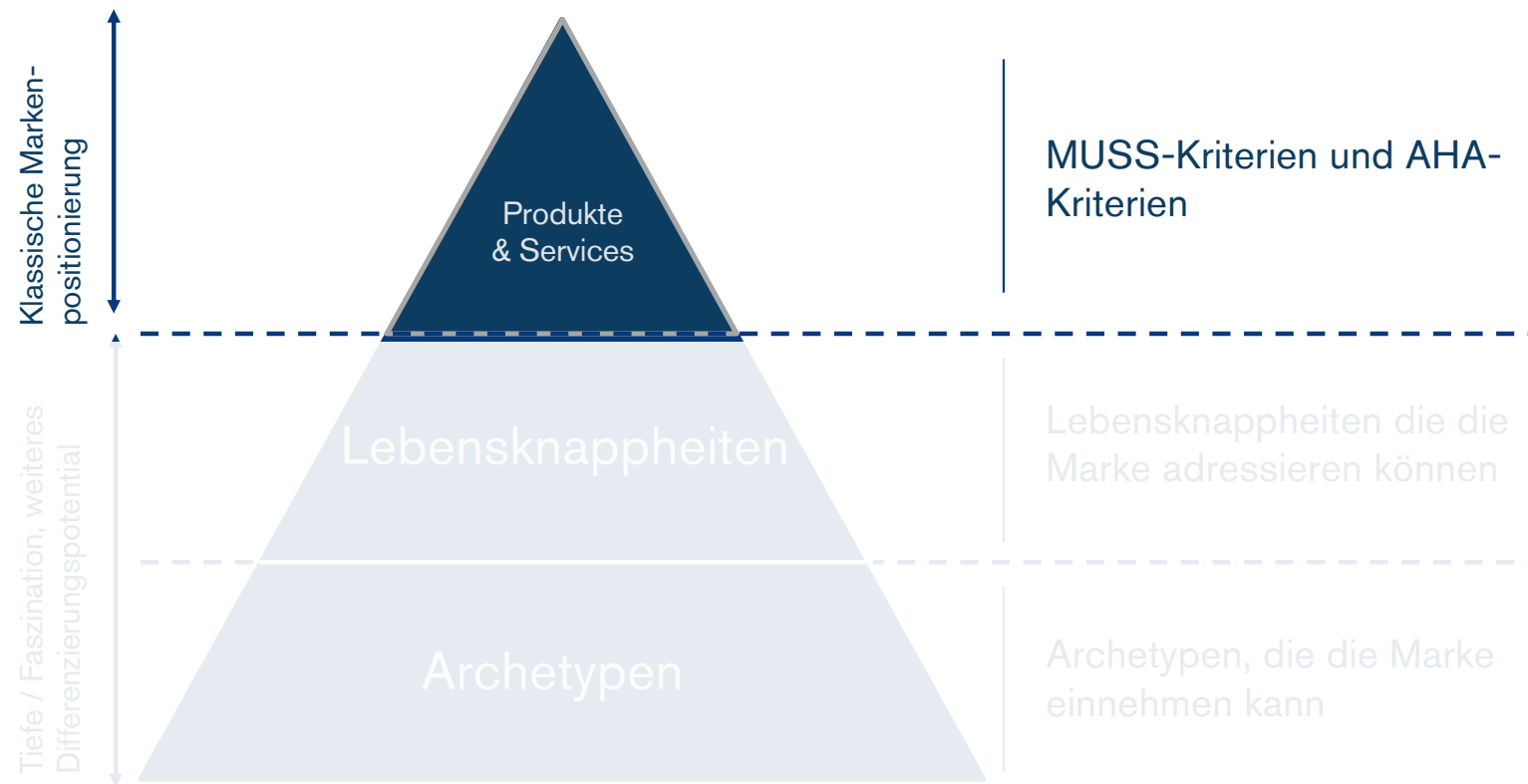


Quelle: Brand Trust ®

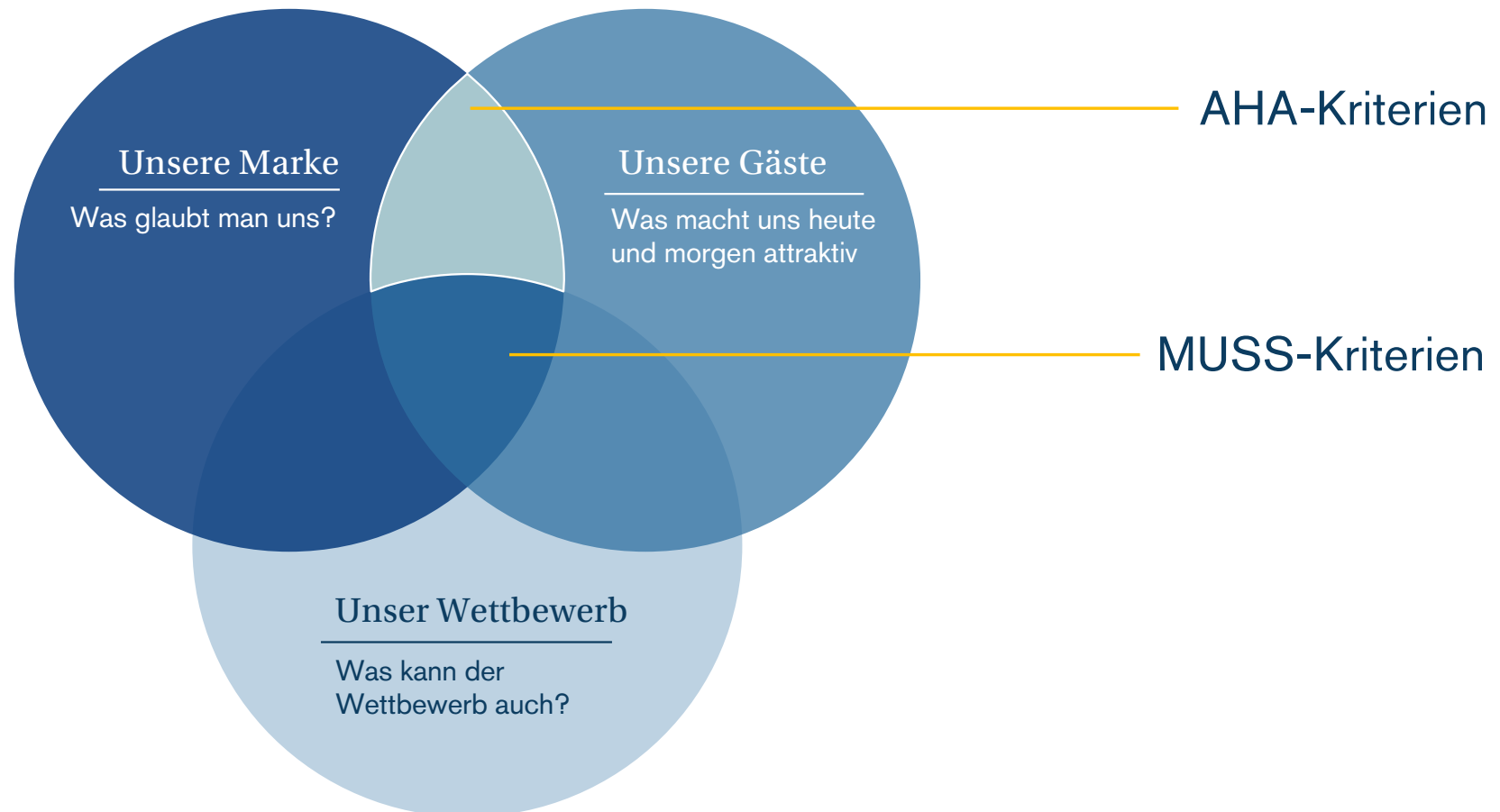
8.1 AHA-Kriterien

Identifikation von AHA-Kriterien

Die 3 Ebenen der Positionierung



Identifikation von AHA-Kriterien



Der Unterschied zwischen MUSS- und AHA-Kriterien



Neben der Erfüllung der Pflicht bedarf es der Kür, um sich vom Wettbewerb zu differenzieren





Werkstatt: AHA-Kriterien für das Oberpfälzer Seenland

Identifikation der AHA-Kriterien

Was sind die AHA-Kriterien für das Oberpfälzer Seenland

Identifikation der AHA-Kriterien

Was sind die AHA-Kriterien für das Oberpfälzer Seenland

Kaufentscheidendes Kriterium	Glaubwürdigkeit Wie glaubwürdig ist das Kriterium aufgrund unserer Werte (--, -, +, ++)	Attraktivität Wie attraktiv ist das Kriterium für die Fans? (--, -, +, ++)	Differenzierend Ist das Kriterium differenzierend (Seenländer) (ja/nein)
1. Gewässer	++	++	ja
2. Ruhe/Natur (Park)	++	++	ja
3. Gastfreundschaft	+	++	ja
4.			
5.			

Ideensammlung auf Post-its

The diagram shows six sticky notes arranged around a central circle. The notes are:

- Holz-kugel (yellow)
- Ruhe/Natur (yellow)
- Gewässer (yellow)
- Gast-freundschaft (auch Einwohner) (orange)
- Kostenlose Familien-angebote (orange)
- Preis-Leistungs-ver-hältnis (yellow)

Identifikation der AHA-Kriterien

Was sind die AHA-Kriterien für das Oberpfälzer Seenland

Identifikation der AHA-Kriterien

Was sind die AHA-Kriterien für das Oberpfälzer Seenland

Kaufentscheidendes Kriterium	Glaubwürdigkeit Wie glaubwürdig ist das Kriterium aufgrund unserer Werte (--, -, +, ++)	Attraktivität Wie attraktiv ist das Kriterium für die Fans? (--, -, +, ++)	Differenzierend Ist das Kriterium differenzierend (Seenländer) (ja/nein)	AHA
1. Natur ^{+, Aktiv + Ruhe} (Mix)	++	++	ja, ausbaufähig	AHA
2. Wasser- (landschaften)	++	++	ja - Vielfalt	AHA
3. Preis- Leistung / Familie / Mentalität	++	+	ja	AHA
4. Erreichbarkeit / Lage (Einwohnerbereich)	++	+	ja - Zentralität	AHA
5.				

Ideensammlung auf Post-its

Preis Leistung

Erreichbarkeit
Anreise
Lage

Preis-Leistungs-Verhältnis
Mentalität
"Das Familiare"

Anglerparadies

Wanderparadies

Ruhe
M
Aktivitäten
Wasserlandschaften

Identifikation der AHA-Kriterien

Was sind die AHA-Kriterien für das Oberpfälzer Seenland

3

Identifikation der AHA-Kriterien

Was sind die AHA-Kriterien für das Oberpfälzer Seenland

Kaufentscheidendes Kriterium	Glaubwürdigkeit Wie glaubwürdig ist das Kriterium aufgrund unserer Werte (-, -, +, ++)	Attraktivität Wie attraktiv ist das Kriterium für die Fans? (-, -, +, ++)	Differenzierend Ist das Kriterium differenzierend (Seenländer) (ja/nein)	AHA/MUSS
1. GÜNSTIG	+	++	ja	/
2. ZENTRALE KURZURAUFLAGE	++	++	ja	Aha
3. JUNGER TOURISMUS (method)	++	+	ja	Aha
4. Natur RUHE	++	++	ja Δ	Aha
5. ANKEGOTS-INDIVIDUALITÄT	+	+	nein	/

Ideensammlung auf Post-its

(PREMIUM-) CAMPING

URLAUB DAHOAM



ENTSCHEIDUNG
NEU
SEEN
LANDSCHAFT

Die Aha-Kriterien

Welche Hinweise können wir herleiten, die ein Hinweis auf Stärken und Exzellenz für die Zukunft geben und nicht ohne weiteres kopierbar sind?

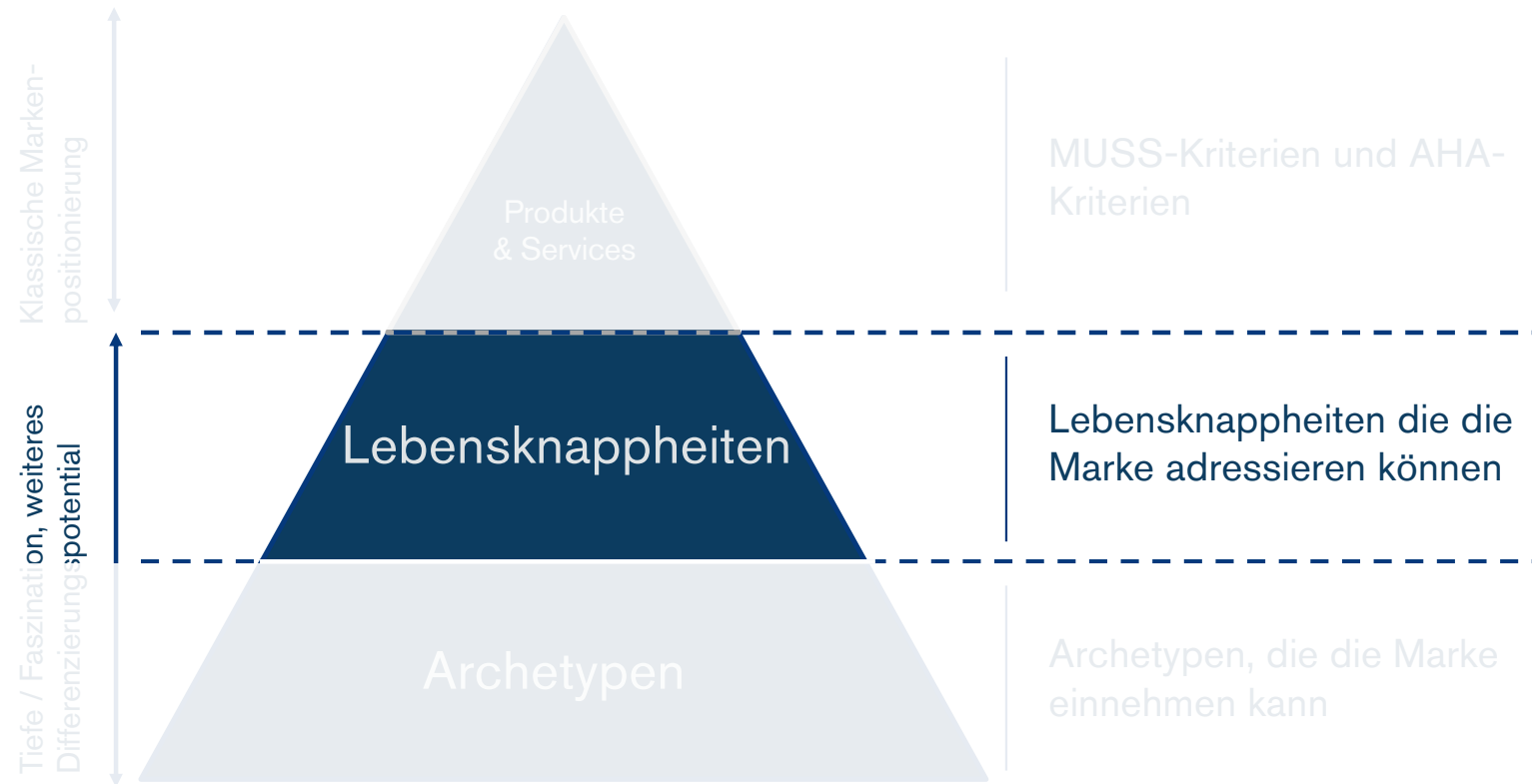
Wasserlandschaften Gewässer	Ruhe	Natur(-Park)
Natur-Aktiv-Ruhe Mix	Preis-Leistung Familie / Mentalität	Unentdeckt Junger Tourismus
Naturnähe	Naturbelassenheit	Zentrale Kurzurlaubs-Lage

Eine Erkenntnis aus den Aha-Kriterien ist die Bedeutung des von **Natur, Wasserlandschaften, Unentdeckt** und **Junger Tourismus**. Zusammen bilden sie dreiviertel aller Nennungen ab.

8.2 Lebensknappheiten

Welche emotionalen Bedürfnisse kann das Oberpfälzer Seenland erfüllen?

Die 3 Ebenen der Positionierung





Wo ein Mangel ist...



...entsteht auch ein Bedürfnis

Lebensknappheiten

Unter Lebensknappheiten sind alltägliche Wünsche oder Sehnsüchte zu verstehen, etwas wovon man nicht genug haben kann, z.B. Zeit, Freiheit oder auch Jugend.



Von der Funktion zur Bedeutung Harley Davidson



Motorräder



Freiheit

Von der Funktion zur Bedeutung

Otto Bock



Prothese



Mobilität

Von der Funktion zur Bedeutung Hornbach



Baumarkt



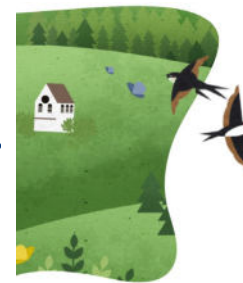
Selbstverwirklichung

Quelle: <http://www.ottobock.de/prothetik/beinprothetik/systemuebersicht/>, https://stellenangebote.ottobock.de/cgi-bin/appl/selfservice.pl?action=jobdetail;job_pub_nr=A3A8CE53-6EDE-49F4-81BF-00374C3A8727;p=homepage

Von der Funktion zur Bedeutung followfish



Lebensmittel



DIE BEWEGUNG

**Volle Transparenz bis zum
Ursprung.**

Auf jeder unserer Verpackungen findest du einen
Tracking-Code. Er zeigt dir, woher genau unsere
Produkte und Zutaten kommen.

MEHR ERFAHREN

Weltverbesserer

Quelle: <http://www.ottobock.de/prothetik/beinprothetik/systemuebersicht/>, https://stellenangebote.ottobock.de/cgi-bin/appl/selfservice.pl?action=jobdetail;job_pub_nr=A3A8CE53-6EDE-49F4-81BF-00374C3A8727;p=homepage



Werkstatt: Lebensknappheiten

Werkstatt Lebensknappheiten

Welche Bedürfnisse und Sehnsüchte unserer relevanten Zielgruppen können wir identifizieren?

Lebensknappheiten
Welche Bedürfnisse und Sehnsüchte unserer relevanten Zielgruppen können wir identifizieren?

Sicherheit	Ruhe	Erreichbarkeit	Geld	Gesundheit	Zeit für Familie
Freizeit	Wertschätzung	Freude	Energie	Fachkräfte	Arbeitskräfte
Achtsamkeit	Gemeinschaft	Sozialer Status	Gewinn	Soziale Kontakte	Einzelpartnerschaft (Erfahrungen)
Freiheit	Echte Menschen	Entschleunigung	Rollenumwechsel	Willkommen sein	Was Gutes tun
Garantien	Geborgenheit	Zufriedenheit	Liebe	Erfahrungen	Erinnerungen
Mehrwert	Bildung	Aktivität	Abwechslung	Entspannung	Vitalität
Jugendlichkeit	Selbstoptimierung	Freunde	Gefühl	Freundschaft	Zeit mit Angehörigen
Ehrlichkeit					

Ruhe 22
 Aktivität 18
 Zeit für Familie 12
 Entspannung 12
 Entschleunigung 11
 Gesundheit 11

Lebensknappheiten

Welche Bedürfnisse und Sehnsüchte unserer relevanten Zielgruppen können identifiziert werden?

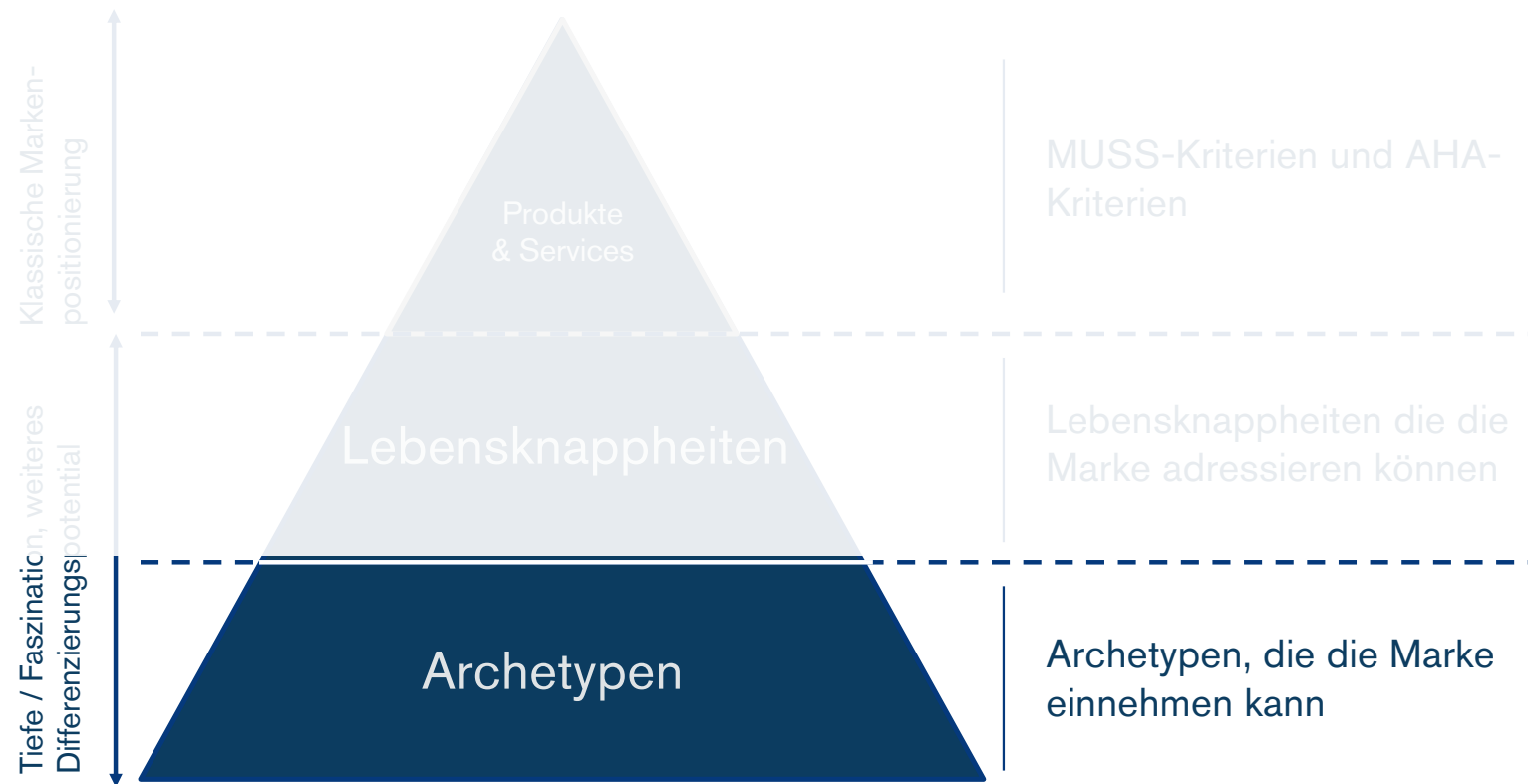
Ruhe	Aktivität	Zeit für Familie
Entspannung	Entschleunigung	Gesundheit

- Lebensknappheiten sind die Auslöser für Wünsche und Sehnsüchte der Menschen und damit die Geschäftsgrundlage für alle Unternehmungen. Wo kein Bedürfnis ist, ist auch kein Bedarf. Menschen kaufen keine Produkte, sondern befriedigen ihre emotionalen Bedürfnisse.
- Für die Positionierung des Oberpfälzer Seenlandes geben sie den Hinweis darauf, auf welche wenigen Bedürfnisse es sich konzentrieren sollte. Weder das "Was" (Leistungsangebot) noch das "Wie" (die Art der Leistungserbringung) haben heute noch Differenzierungspotenzial. Erfolgreiche Marken versuchen, Antwort auf das "Warum" zu geben: Sie erkennen die Lebensknappheiten der Kunden und befriedigen ihre Bedürfnisse.
- Für das Oberpfälzer Seenland kann das die Berücksichtigung von konsequenter Ausrichtung auf **Ruhe** und **Aktivität** (Kontrast) und auf die **Bedürfnisse der Familie** bedeuten. Die Knappheiten fließen in die Überlegungen zur Formulierung der Nr. 1-Position ein.

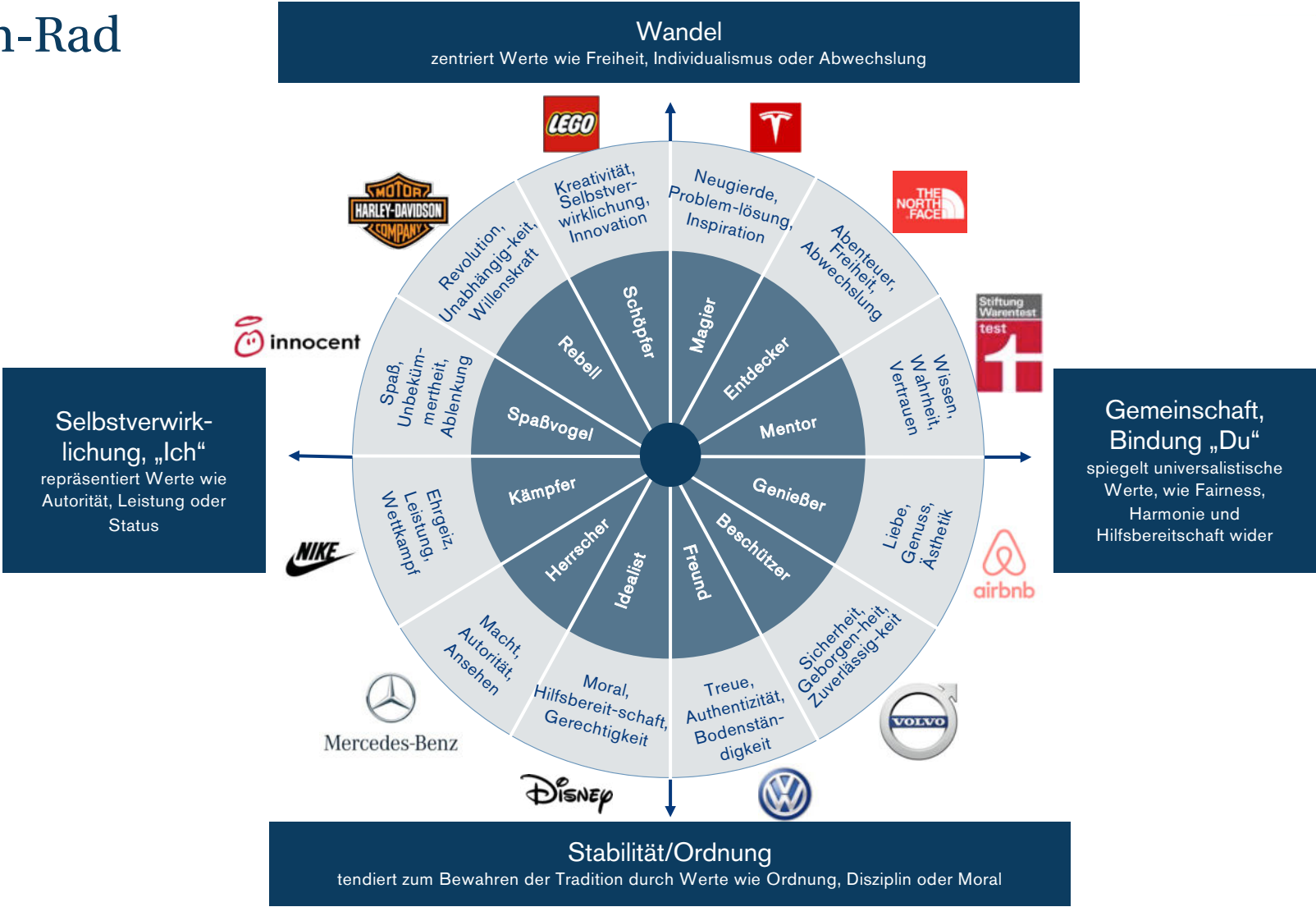
8.3 Archetypen

Archetypen, die das Oberpfälzer Seenland einnehmen kann

Die 3 Ebenen der Positionierung



Das Archetypen-Rad

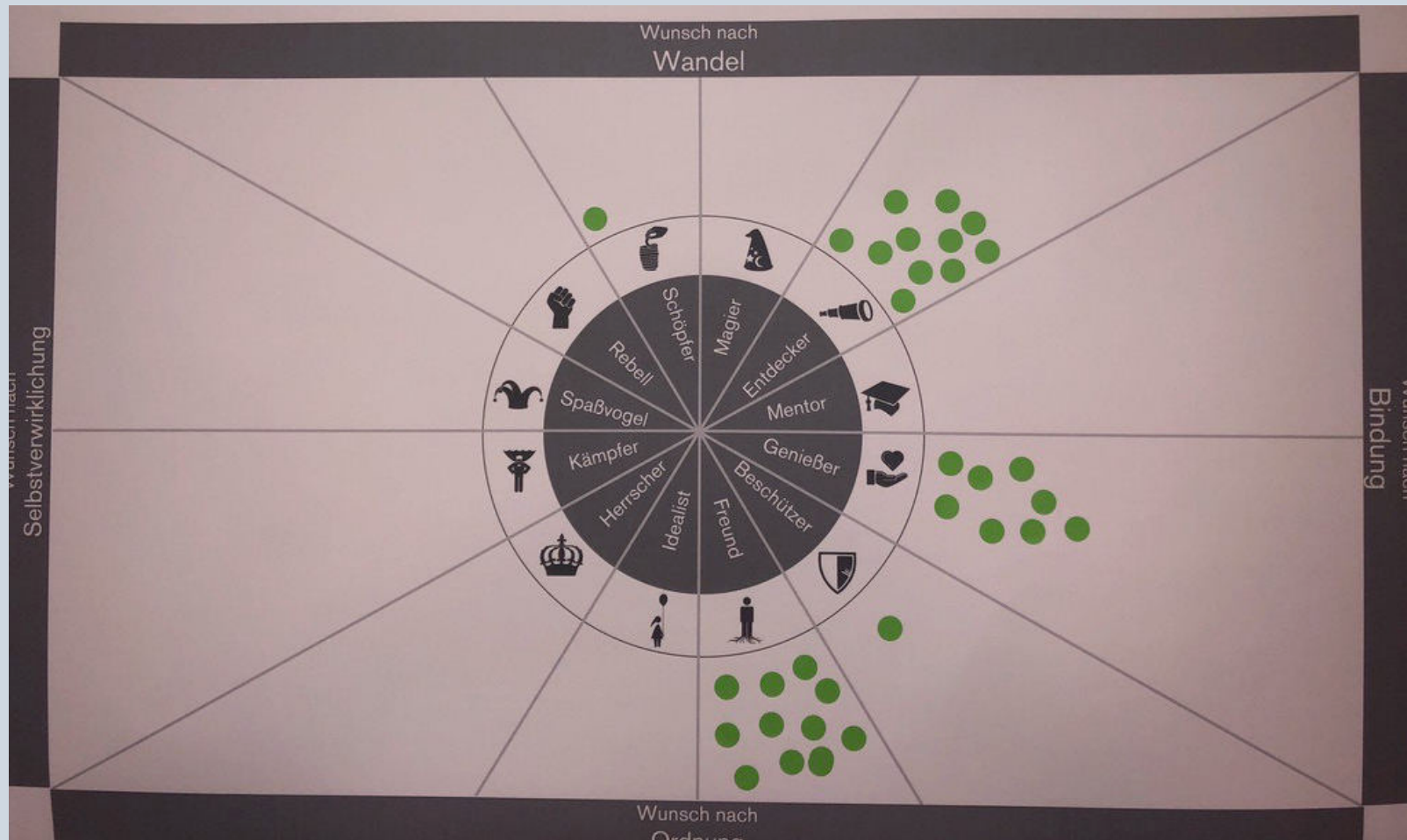


Alle Archetypen-Beschreibungen auf einen Blick

 Schöpfer Kreativität Selbstverwirklichung, Innovation	Der Schöpfer möchte Neues erträumen, erschaffen und gestalten. Durch seine kreative Art regt er zur Selbstverwirklichung und zu Ausprobieren an. Aufgrund innovativer Ideen und Denkweisen schafft er neue Möglichkeiten und verfolgt seine Visionen.	 Magier Neugierde Problemlösung Inspiration	Der Magier will vorangehen und ist in der Lage das Leben der Menschen auf wundersame Weise zu verbessern. Er hilft Transformation zu beeinflussen, indem eine Vision entwickelt und danach gelebt wird. Er kann Menschen verändern, spirituell erreichen und kann Träume wahr werden lassen.
 Rebell Revolution Unabhängigkeit Willenskraft	Der Rebell möchte etwas Neues erschaffen, um sich von dem Traditionellen und Konventionellen abzugrenzen. Gegen gesellschaftliche Konventionen und gelernte Rollenbilder wehrt er sich, möchte seinen Willen durchsetzen und strebt nach Freiheit.	 Entdecker Abenteuer Freiheit Abwechslung	Der Entdecker möchte neue Wege beschreiten, Abenteuer erleben und unbekanntes Terrain entdecken. Er zeichnet sich aus durch seinen pionierhaften Geist, seine proaktive Art und dadurch sich nicht mit dem Status Quo zufrieden zu geben.
 Spaßvogel Spaß, Ablenkung, Unbekümmertheit	Der Spaßvogel ist ein Komiker, Unterhaltungskünstler oder Witzbold. Er will Freude und Humor verbreiten und schafft Zugehörigkeit über selbstironische, freche und witzige Ansprache. Er möchte andere glücklich machen und die Welt leichter und lockerer.	 Mentor Wissen, Wahrheit, Vertrauen	Der Mentor tritt als Gutachter, Ratgeber, Forscher oder Weiser auf. Er sucht nach der Wahrheit und stützt sich dabei auf Fakten und Wissen. Er unterstützt seine Gegenüber mit Wissen, Ressourcen, Ratschlägen und Einsichten. Dieser Archetyp verfügt über eine meinungsbildende Autorität.
 Kämpfer Ehrgeiz, Leistung, Wettkampf	Der Kämpfer ist ein ehrgeiziger und erfolgreicher Sportler oder Athlet. Dieser Archetyp verteidigt seine Ideale, steht für das Gute und fördert Stärke und Kompetenz. Er glaubt daran, dass er jedes Hindernis überwinden kann und beweist sich dabei durch Mut und Entschlossenheit.	 Genießer Liebe, Genuss, Ästhetik	Der Genießer erfreut sich an den schönen Dingen des Lebens und möchte anderen ermöglichen es ihm gleich zu tun. Er strebt nach menschlicher Nähe, Geselligkeit, Emotion und Leidenschaft. Er fördert einen stilvollen Lebenswandel und legt großen Wert auf zwischenmenschliche Interaktion.
 Herrscher Macht Autorität Ansehen	Der Herrscher ist der führende Anbieter und behauptet seine Vormachtstellung durch höchste Qualität und überlegene Leistung. Durch seine natürliche Autorität und Exzellenz vermittelt er ein hochwertiges Status-Gefühl, Sicherheit und Entschlossenheit.	 Beschützer Sicherheit Geborgenheit Zuverlässigkeit	Der Beschützer setzt sich für das Wohlergehen seiner Mitmenschen ein und beschützt sie vor Gefahren. Die Sicherheit aller ist für ihn das höchste Gut. Auf zuverlässige Art und Weise sorgt er für Schutz, Geborgenheit und man fühlt sich bei ihm jederzeit gut aufgehoben.
 Idealist Moral, Hilfsbereitschaft, Gerechtigkeit	Der Idealist glaubt an das Gute im Menschen und in der Welt. Er will Gutes tun und die Dinge voranbringen in dem er zu einer Rückbesinnung aufruft. Er wird oft mit moralischer Meinungsführerschaft, Einfachheit, Nostalgie und Kindheit verbunden.	 Freund Treue Authentizität Bodenständigkeit	Der Freund ist von bodenständiger und sympathischer Natur. Er ist geradlinig, zuverlässig und authentisch, ein erwünschtes und geschätztes Mitglied der Gesellschaft. Als vertrauter Teil des Alltags war er irgendwie schon immer da und man hat ihn gerne um sich.

Archetypen

Was ist unser glaubwürdiger, attraktiver und differenzierender Archetyp?



Quelle: Projektteam Oberpfälzer Seenland 8. März 2023

Archetypen

Welche Bedürfnisse und Sehnsüchte unserer relevanten Zielgruppen können identifiziert werden?

Entdecker

Genießer

Freund

- Archetypen sind kollektive Deutungsmuster von Bildern, Figuren oder Situationen. Sie sind im Unterbewusstsein der Menschen verankert und prägen deren Wahrnehmung. Die Vorstellung eines Archetyps unterscheidet sich nur wenig von Person zu Person. Ein Beispiel: Ein jeder Mensch beschreibt den Archetypen „Held“ und seine Werte, die er verkörpert, ähnlich. Diese Allgemeingültigkeit von Archetypen wird daher für die Positionierung genutzt.
- Beispiel: Die Marke True Fruits nutzt den Archetyp „Rebell“. Das zeigt sie im Marketing mit ihrer provokativen und ironischen Markenkommunikation und im Storytelling. True Fruits grenzt sich also mit diesem Archetyp im stark umkämpften Smoothie-Markt ab. Für das Oberpfälzer Seenland haben die drei Archetypen folgende Bedeutung:
 - **Genießer** sind Menschen, die Freude am Leben haben und sich gerne **mit schönen Dingen umgeben**, sei es gutes Essen, Wein, Kunst oder Musik. Sie können dazu beitragen, dass sich andere in ihrer Gegenwart wohl fühlen und das Leben genießen.
 - **Entdecker** sind Menschen, die offen und neugierig sind und **gerne neue Erfahrungen** machen. Sie sind oft abenteuerlustig und suchen nach neuen Herausforderungen und Möglichkeiten. Sie können andere dazu inspirieren, mutiger zu sein und neue Dinge auszuprobieren.
 - **Freunde** sind Menschen, die gerne Zeit mit anderen verbringen und **Beziehungen aufbauen und pflegen**. Sie sind empathisch und unterstützend und können dazu beitragen, dass andere sich geborgen und unterstützt fühlen.

9. Formulierung Nr. 1-Position

Formulierung der Nr. 1-Position für das Oberpfälzer Seenland

Nr. 1-Positionierung und Ein-Wort-Wert

Wohin wollen wir uns entwickeln?

Nr. 1-Positionierung

- Viele Destinationen verlieren sich und ihr Profil, indem sie alles für jeden bieten. Richtig begehrt sind aber die Spezialisten: Diejenigen, die Weniges können, aber dies besser als alle anderen. Deshalb muss die Positionierung drei zentrale Eigenschaften aufweisen:
 1. **Glaubwürdig:** passend zu den Werten sein
 2. **Attraktiv:** passend zu den Bedürfnissen künftiger Zielgruppen (Attraktivitätstreiber, Lebensknappheiten, Archetypen)
 3. **Zukunftsgerichtet:** Sie darf nicht beschreiben was ohnehin schon ist. Vielmehr soll sie ausdrücken, was erreicht werden soll.
- Die Nr.1-Positionierung des Oberpfälzer Seenlandes drückt in einer sehr komprimierten und verdichteten Form aus, wofür es zukünftig stehen will.
- Die Positionierung ist kein Claim oder Werbespruch. Sie gehören nicht in der Öffentlichkeit kommuniziert. Sie sind die Richtschnur für alle Beteiligten und beschreibt ein begehrtliches Ziel, das man erreichen will.
- Diese Klarheit sorgt dafür, dass man seine Produkte, Kommunikation usw. fokussiert und bewusst weiterentwickelt und auch höhere Budgets generieren kann.

Ein-Wort-Wert

- Der Ein-Wort-Wert ist höchste Verdichtung dessen, was die Destination verspricht und worauf Sie all seine Aktivitäten ausrichten will.
- Volvo zum Beispiel verspricht in einem Wort SICHERHEIT seit 70 Jahren und konzentriert über alle Zeit hinweg alles auf dieses Versprechen und drückt sie in seinen Produkten aus. Ebenso Milka, das in einem Wort ZART verspricht. Jedes Milka-Produkt hat daher einen niedrigeren Schmelzpunkt als die Branche.

Wir brauchen eine spitze Positionierung,
um uns klar abzugrenzen.



Nr. 1-Position Was können wir NUR und nicht AUCH?

Markenwerte		Attraktivitätstreiber			Aha-Kriterien			Lebensknappheiten		
zupackend belebend kostbar naturaktiv Genusskunst		Reizvolle Natur Wasserlandschaften Ländlichkeit Wasseraktivitäten	Natursportqualität Vielseitiges Freizeitangebot Kulturvielfalt Campingqualität	Erreichbarkeit Dynamische Wirtschaft	Wasserlandschaften Familie Preis-Leistung	Ruhe Naturnähe Mentalität	Naturbelassenheit Junger Tourismus (unentdeckt) Zentrale Kurzaurlaubs-lage	Ruhe Entspannung	Aktivität Entschleunigung	Zeit für Familie Gesundheit
Archetypen										
Entdecker			Genießer			Freund				

Kriterien		Kategorien		Bezugssysteme	
Vielfältigste vielfältig	uferreich	Wasserwelten	Lieblingstort	Bayerns	Familie
Wasserreichste	erlebnisreich	Naturlandschaft	Geheimtipp	Ostbayerns	Naturfans
Gastfreundlichste	zentralste	Seenland	Wasserlandschaft	Deutschlands	Mittendrin
Facettenreichste	natürlichste	Urlaubsregion	Natur-Freizeit-Park	Bayerischer Wald	Im Herzen Europas
naturaktiv	unentdeckteste	Wasserwelt/en	H2O-Land	Deutschland	
Ruhe und Natur	kostbarste	Ruheapuls	Wald- und Wasserlandschaft	Europa	
wasserreich	groß	Herz	Wasserkosmos	Weltweit	

Kriterium	Kategorie	Bezugssystem
die (mit Sicherheit) facettenreichste	Wasserwelt	Bayerns
das erlebnisreichste	Wald- und Wasserland	in Bayern
der Geheimtipp	für Naturfans	in Ostbayern

Nr. 1-Position Verdichtung

Das Oberpfälzer Seenland ist das facettenreichste/erlebnisreichste | Wald- und Wasserland für Naturfans | in Ostbayern / Bayern

Überprüfung:

Überprüfe nach nebenstehendem Bewertungsraster, ob die definierte Nr.1-Position nach Deinem persönlichen Gefühl passend und zukunftsfähig ist.

Positionierungsvorschlag	Kommentare (2/2)
Das facettenreichste Wald- und Wasserland in Ostbayern/ Bayern für Naturfans	... „Geheimtipp“ ist eine derzeit passende Momentaufnahme, aber langfristig nicht zukunftsfähig. Facettenreich wirkt auf mich wie ein Synonym zu vielfältig. Was mich generell stört ist die Zuspitzung auf „Naturfans“. Das fühlt sich für mich zum einen so an, als wolle man auf einer woken Nachhaltigkeits- und Zeitgeistwelle mitschwimme... ... „facettenreich“ und „erlebnisreich“ – das sind etwas aufgehübschte Synonyme für „vielseitig“. Und das Wort war ja auf der roten Liste...).
Die erlebnisreichste Wasserwelt für Naturfans in Bayern	
Die naturaktivste Wasserwelt in Bayern	... umfassen „Naturfans“ aus meiner Sicht (überhaupt) nicht das Gros unserer Gäste, die (im Kontext Oberpfälzer Wald) das Seenland bereisen. Naturfan kann der Oberpfälzer Wald (Rad, Wandern...). Das ist der USP des großen Ganzen. Unser gottgegebener USP ist Wasser.
Die erlebnisreichste Wald- und Wasserlandschaft für Naturliebhaber in Bayern.	... keine 50 % (wohl nicht mal 25...) der Gäste am Steinberger See oder Murner See kommen, weil sie „Naturfans“ sind... Das Oberpfälzer Seenland ist der krasse Gegenentwurf zum „klassischen“ Oberpfälzer Naturraum. Das ist eine bunte Kontrastierung, die in keiner der Positionen durchkommt.
Der erlebnisreichste Geheimtipp in der Oberpfalz für Naturfans	

Überprüfung:

Überprüfe nach nebenstehendem Bewertungsraster, ob die definierte Nr.1-Position nach Deinem persönlichen Gefühl passend und zukunftsfähig ist.

Positionierungsvorschlag	Bewertung (++, +, -, --)										
Das facettenreichste Wald- und Wasserland in Ostbayern/ Bayern für Naturfans	+	++	++	+	+	++	+	-	+	+	+
Das erlebnisreichste Wald- und Wasserland für Naturfans	+		+	+	-	+	-	-	+	+	+
Der erlebnisreichste Geheimtipp in Ostbayern für Naturfans Quelle: Projektteam	+		+	-	+	+	-	+	-	-	+

Überprüfung:

Überprüfe nach nebenstehendem Bewertungsraster, ob die definierte Nr.1-Position nach Deinem persönlichen Gefühl passend und zukunftsfähig ist.

Positionierungsvorschlag	Alternativvorschläge
Das facettenreichste Wald- und Wasserland in Ostbayern/ Bayern für Naturfans	Die erlebnisreichste Wasserwelt für Naturfans in Bayern
	Der Geheimtipp für Naturfans in Bayern
	Das abwechslungsreichste Wald- und Wasserland für Naturfans
	Das facettenreichste Wald- und Wasserland in Ostbayern für Naturfans
	Der erlebnisreichste/erlebnisreichste Geheimtipp in der Oberpfalz für Naturfans
	Die naturaktivste Wasserwelt in Bayern
	Das erlebnisreichste Wald- und Wasserland in Ostbayern für Naturfans
	Die erlebnisreichste Wald- und Wasserlandschaft für Naturliebhaber in Bayern.

Überprüfung:

Überprüfe nach nebenstehendem Bewertungsraster, ob die definierte Nr.1-Position nach Deinem persönlichen Gefühl passend und zukunftsfähig ist.

Positionierungsvorschlag

**Das facettenreichste
Wald- und Wasserland in Ostbayern/ Bayern
für Naturfans**

Alternativvorschläge mit neuen Aspekten

Die erlebnisreichste Wasserwelt für Naturfans in Bayern

Der Geheimtipp für Naturfans in Bayern

Das abwechslungsreichste Wald- und Wasserland für Naturfans

Das facettenreichste Wald- und Wasserland in Ostbayern für Naturfans

**Der erlebnisreichste/erlebnisreichste Geheimtipp in der Oberpfalz
für Naturfans**

Die naturaktivste Wasserwelt in Bayern

Das erlebnisreichste Wald- und Wasserland in Ostbayern für Naturfans

**Die erlebnisreichste Wald- und Wasserlandschaft für Naturliebhaber in
Bayern.**

Überprüfung:

Überprüfe nach nebenstehendem Bewertungsraster, ob die definierte Nr.1-Position nach Deinem persönlichen Gefühl passend und zukunftsfähig ist.

Positionierungsvorschlag	Kommentare (1/2)
Das facettenreichste Wald- und Wasserland in Ostbayern/ Bayern für Naturfans	Die Positionen sind in der Aussage sehr ähnlich. Wichtig wären mir folgende Begriffe: erlebnisreich, Wasser, Bayern, Naturfans
Alternativvorschläge mit neuen Aspekten	Facettenreich ist tatsächlich das Alleinstellungsmerkmal, wenn man auf die Gewässerstruktur abzielt. Da sind Seen für Aktive (Wasserski etc., z.B. Murner und Steinberger See) Seen für Ruhe und völlig der Natur überlassen (Ausee), die zahllosen Fischteiche und Tümpel und ganz wichtig, die Flusslandschaften von Naab, Regen und Schwarzach. Das macht uns besonders! „Naturfans“ da kommen mir die „aktiven zu kurz.
Die erlebnisreichste Wasserwelt für Naturfans in Bayern	Geheimtipp ist kein Begriff für die Zukunft. Als Geheimtipp hat man die ewige Nebenrolle. Insgesamt: Insgesamt geht in erster Linie um das Thema Wasser – Natur hat hier den zweiten Platz.
Die naturaktivste Wasserwelt in Bayern	Prinzipiell finde ich die Sätze teils etwas „vollgepackt“ und verschachtelt aufgebaut. Sodass für mich nicht gilt – „einmal gehört und sofort im Kopf“.
Die erlebnisreichste Wald- und Wasserlandschaft für Naturliebhaber in Bayern.	
Der erlebnisreichste Geheimtipp in der Oberpfalz für Naturfans	

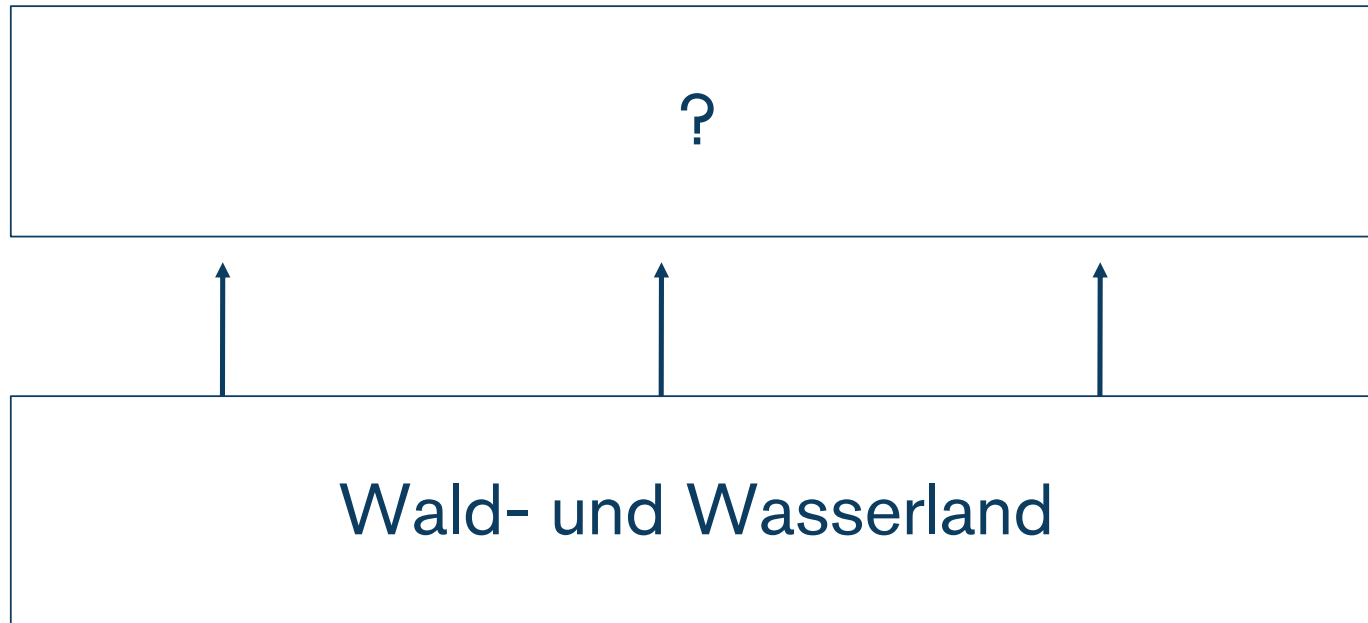
Fazit aus der Überprüfung:



- Die Positionierung muss einfacher und merkfähiger formuliert werden
- Unsere größte Differenzierungskraft liegt im Wasser
- Unsere Gäste sind aktuell und zukünftig nicht die Naturfans
- Die Kategorie Geheimtipp bietet keine Perspektive für die Zukunft
- Mit der Oberpfalz und Oberpfälzer Wald teilen wir Kultur und Naturraum
- Das Oberpfälzer Seenland ist der krasse Gegenentwurf zum Oberpfälzer Wald

9.1 Kategorie

Welche Kategorie wäre attraktiver und zugleich glaubwürdig?



Ist die Kategorie sinnvoll groß, attraktiv und auf die Zukunft gerichtet?



erstklassige Wassererlebnisse

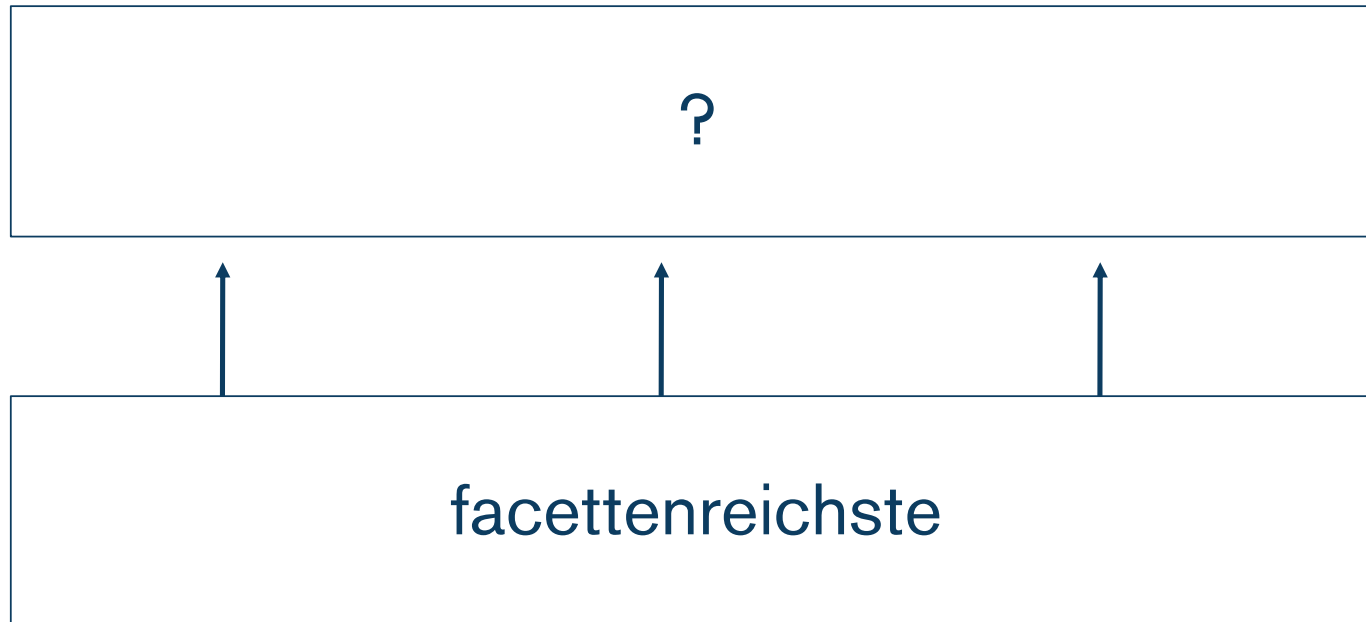


Wald- und Wasserland

Beweis für die Glaubwürdigkeit der Kategorie, d.h. dass sie auf Spitzenleistungen und Werten beruht

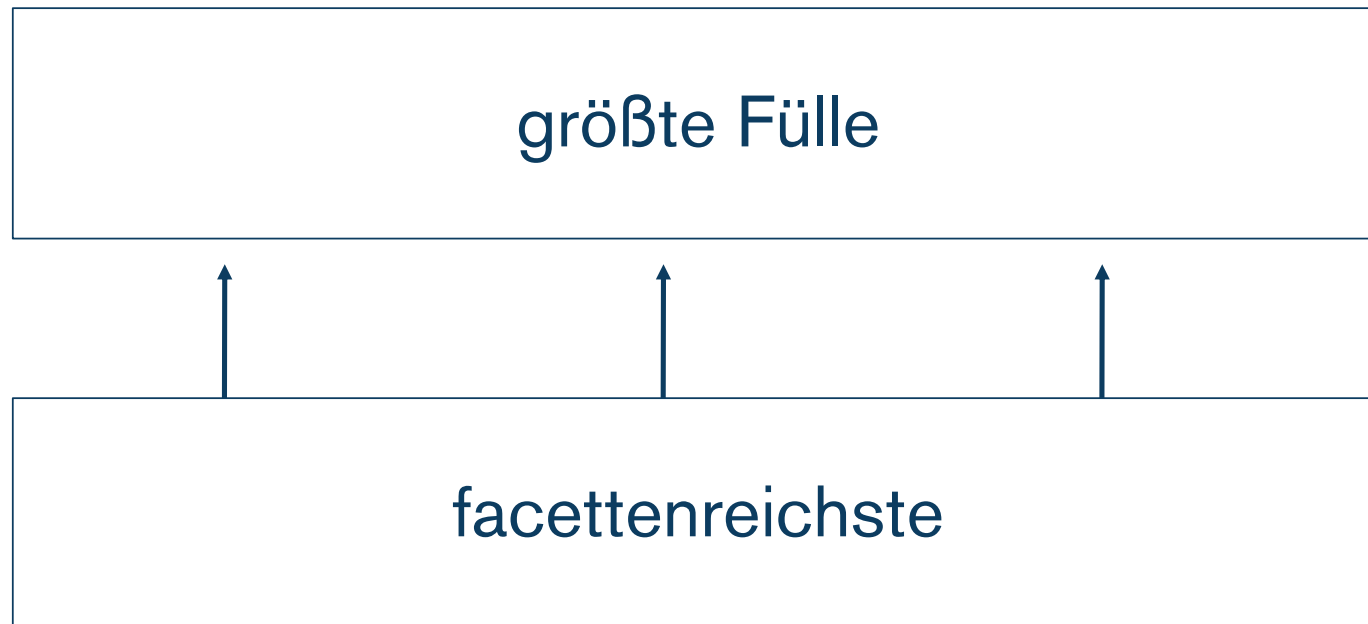


Welches Kriterium wäre spezifischer als facettenreichste oder erlebnisreichste?



9.2 Kriterium

Welches Kriterium wäre spezifischer als facettenreichste oder erlebnisreichste?

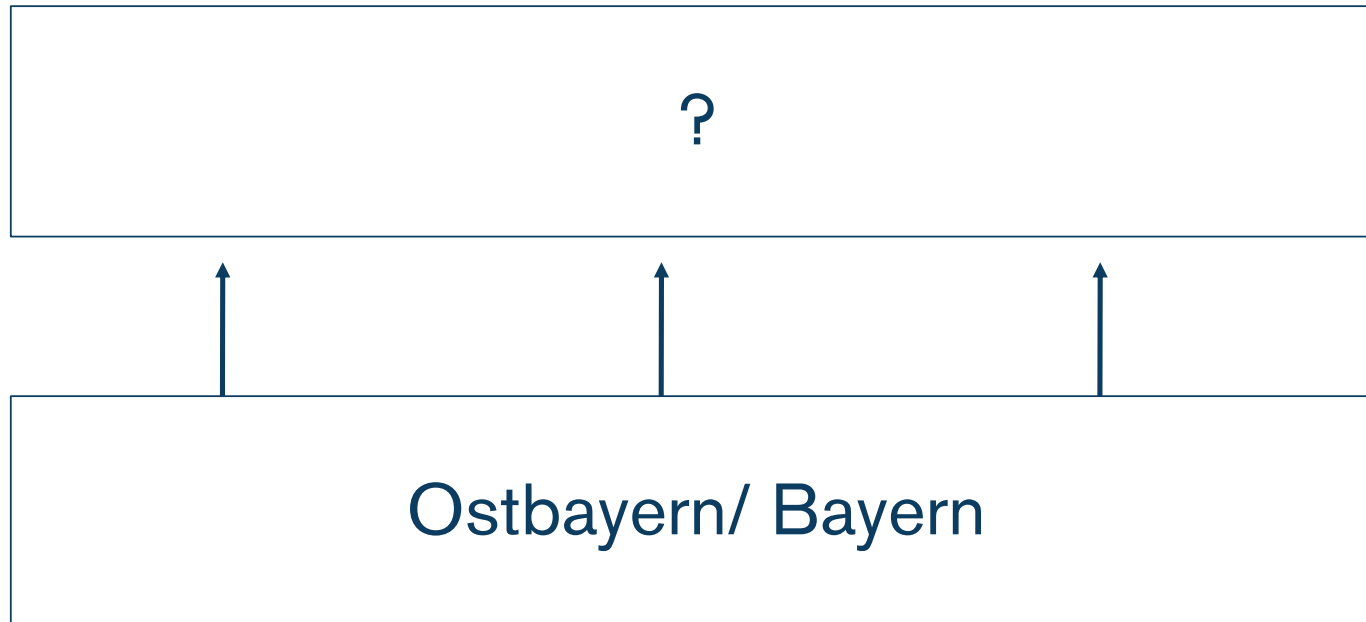


Bildbeweise, welche die Attraktivität des alternativen Kriteriums , größte Fülle beweisen

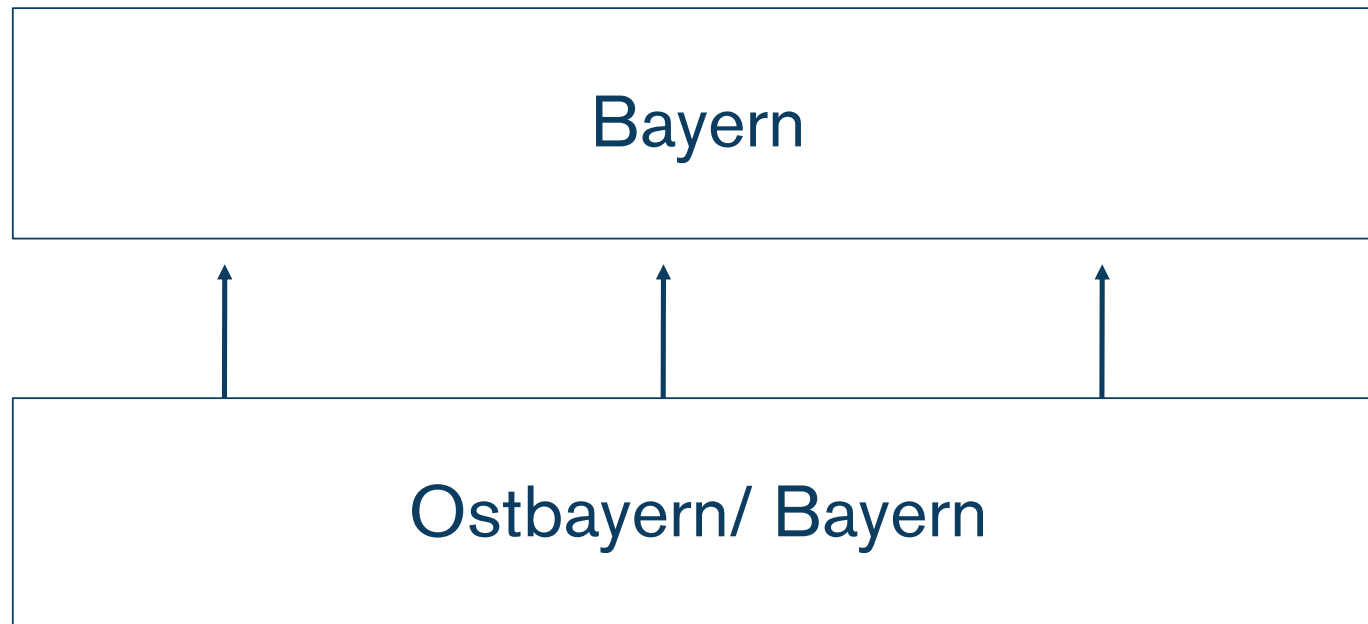


9.3 Bezugssystem

Welches Bezugssystem ist relevant für das Oberpfälzer Seenland?



Vorschlag des Bezugssystems Bayern



Bayern ist als Wasserland glaubwürdig, attraktiv und als Bezugspunkt ein Hebel für unsere Marke



Vorschlag: Nr.1-Position für das Oberpfälzer Seenland



Reizvolle Natur	Ländlichkeit	Naturbelassenheit	Junger Tourismus (unentdeckt)	Aktivität
Wasserlandschaften	kostbar	Naturnähe	Ruhe	Zeit für Familie
Ländlichkeit	naturaktiv	Ruhe	Entspannung	Genießer
Campingqualität	Wasserlandschaften	Preis-Leistung	Entschleunigung	

Wir bieten die...

größte Fülle erstklassiger Wassererlebnisse in Bayern

zupackend	Familie	Entlastung
belebend	Entdecker	Authentizität
Wasseraktivitäten		Bedeutung
Vielseitiges Freizeitangebot		Gesundheit

Genusskunst	Dynamische Wirtschaft
Kulturvielefalt	Mentalität
Reizvolle Natur	Zentrale Kurzurlaubs Lage
Erreichbarkeit	Freund

Kernwerte Attraktivitätsfaktoren Aha-Kriterien Lebensknappheiten Archetypen

10. Ein-Wort-Wert



Wie wollen wir wahrgenommen werden?
Ein-Wort-Wert

Was ist ein Ein-Wort-Wert?

Der höchste Grad der Verdichtung der Positionierung.

Der Ein-Wort-Wert vermittelt, welches Gefühl die Positionierung auslösen soll.

Der Ein-Wort-Wert drückt aus, wie wir wahrgenommen werden wollen. Er ist die Summe von all dem, was uns ausmacht. Unser Lebensraum, unsere Produkte und wir selbst.

Aufgabenbeschreibung:

Bitte überlege, ob der aktuelle Ein-Wort-Wert „naturaktiv“ am besten die Positionierung widerspiegelt. Wenn ja, brauchst Du hier nichts weiter eintragen.

Falls zu einer anderen Meinung kommst, sammle gerne ein bis drei Alternativvorschläge und gibst im untersten Feld Deinen Favoriten daraus an.

**Aktueller Vorschlag
aus unserer Werkstatt**

naturaktiv

**Deine evtl. weiteren
Vorschläge**

Geheimtipp

wassernaturaktiv

Wasser-Aktiv-Natur

Dein Favorit

Geheimtipp

wassernaturaktiv

Wasser-Aktiv-Natur

wassernaturaktiv

Aufgabenbeschreibung:

Bitte überlege, ob der aktuelle Ein-Wort-Wert „naturaktiv“ am besten die Positionierung widerspiegelt. Wenn ja, brauchst Du hier nichts weiter eintragen.

Falls zu einer anderen Meinung kommst, sammle gerne ein bis drei Alternativvorschläge und gibst im untersten Feld Deinen Favoriten daraus an.

**Aktueller Vorschlag
aus unserer Werkstatt**

naturaktiv

**Deine evtl. weiteren
Vorschläge**

Geheimtipp

wassernaturaktiv

Wasser-Aktiv-Natur

Dein Favorit

Geheimtipp

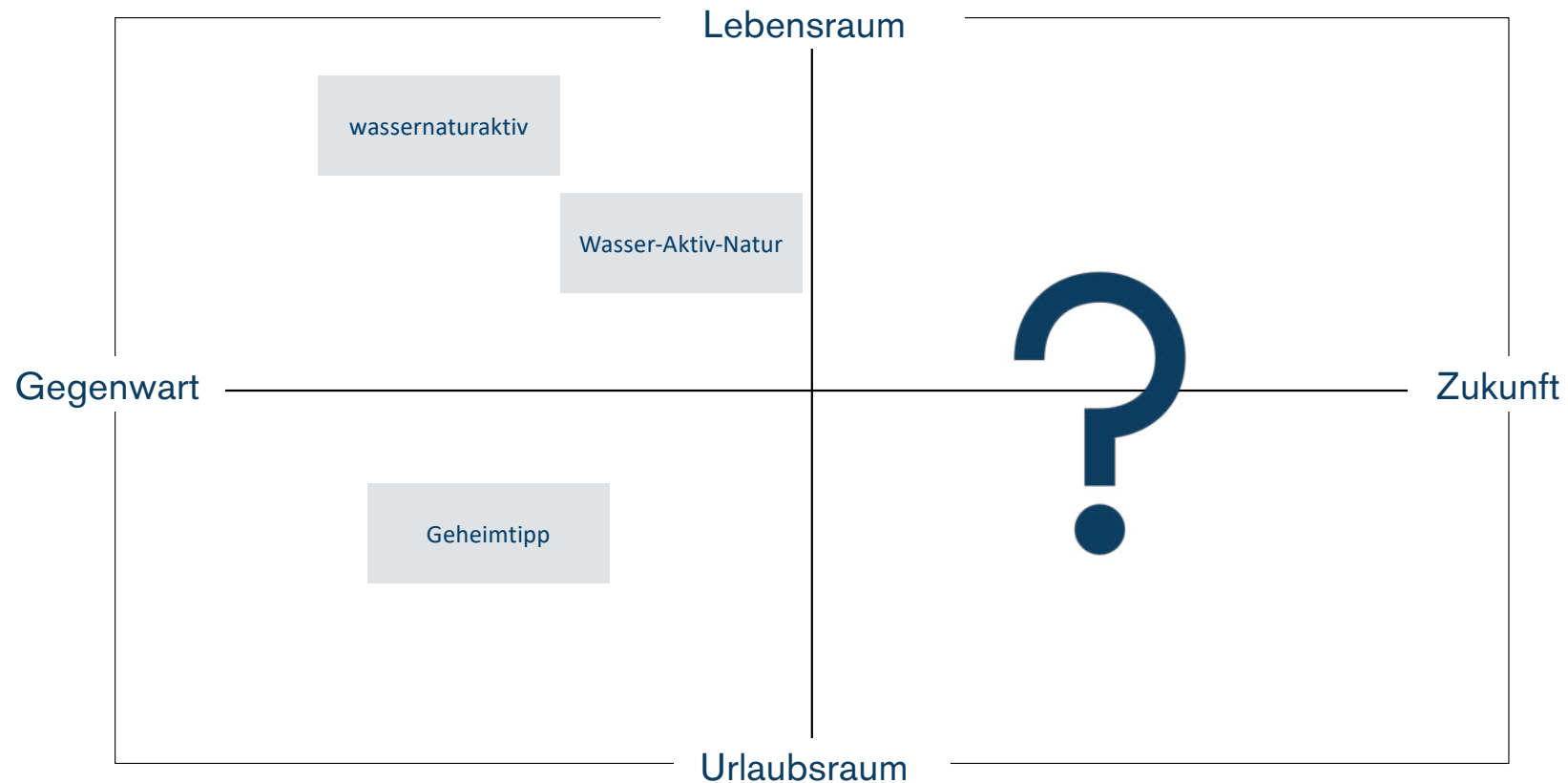
wassernaturaktiv

Wasser-Aktiv-Natur

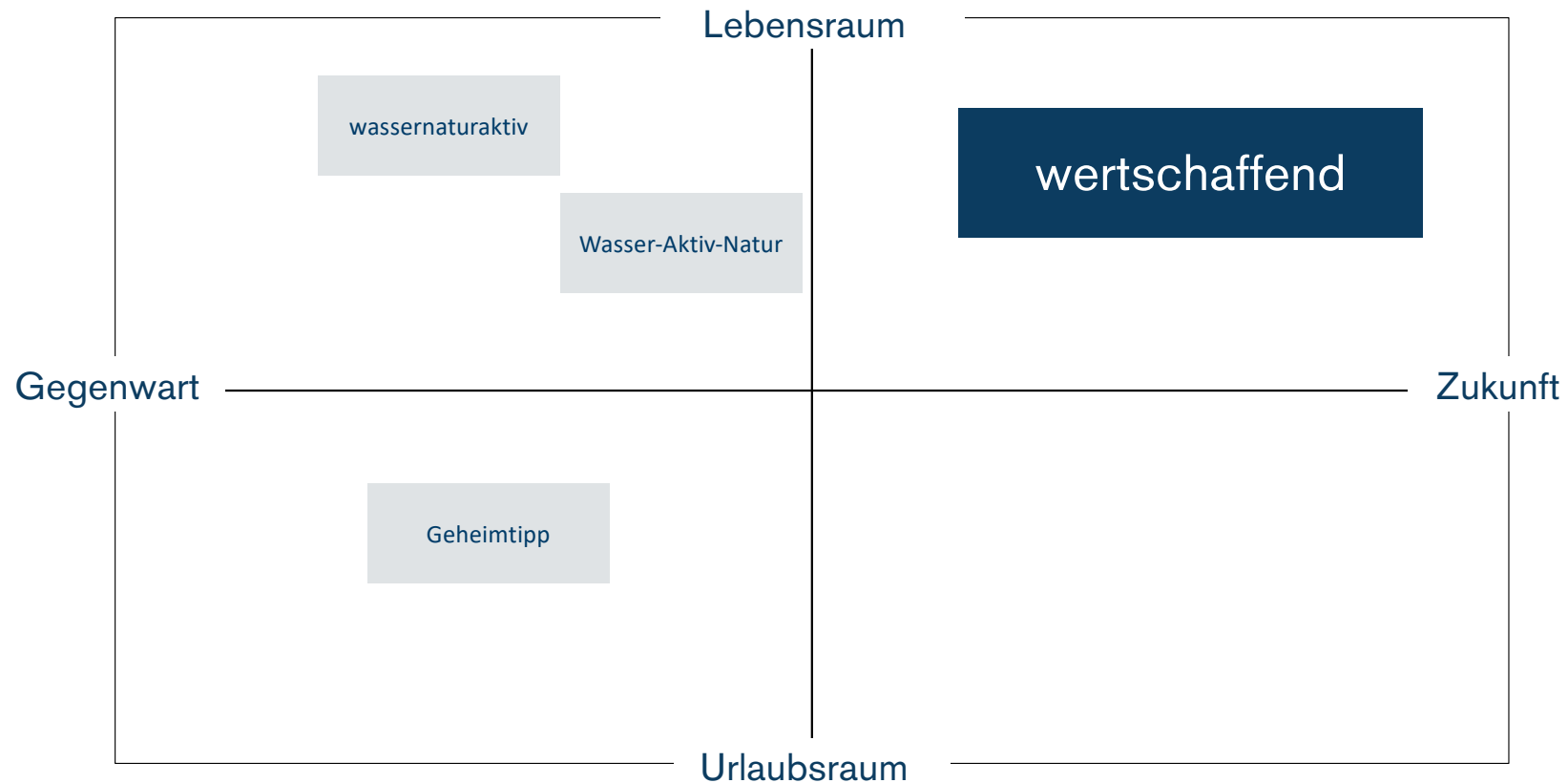
wassernaturaktiv



Was ist unser Anspruch an unseren Lebensraum, unsere Angebote und an uns selbst?



Was ist unser Anspruch an unseren Lebensraum, unsere Angebote und an uns selbst?



Assoziationen mit wertschaffend



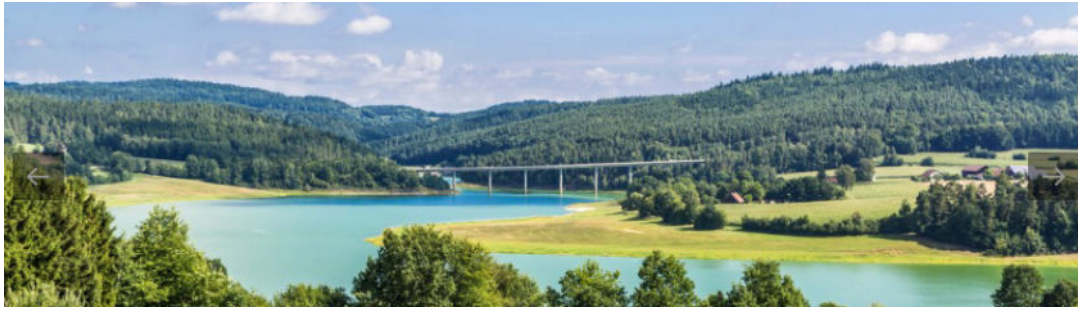
Beispiele für den Ein-Wort-Wert

Welches Gefühl vermittelt der Ein-Wort-Wert des Oberpfälzer Seenlandes auf den unterschiedlichen Wahrnehmungsebenen?



wertschaffend



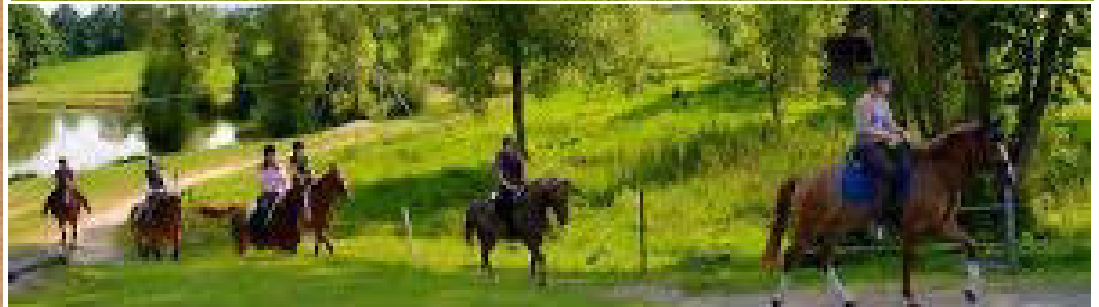


wertschaffend





wertschaffend





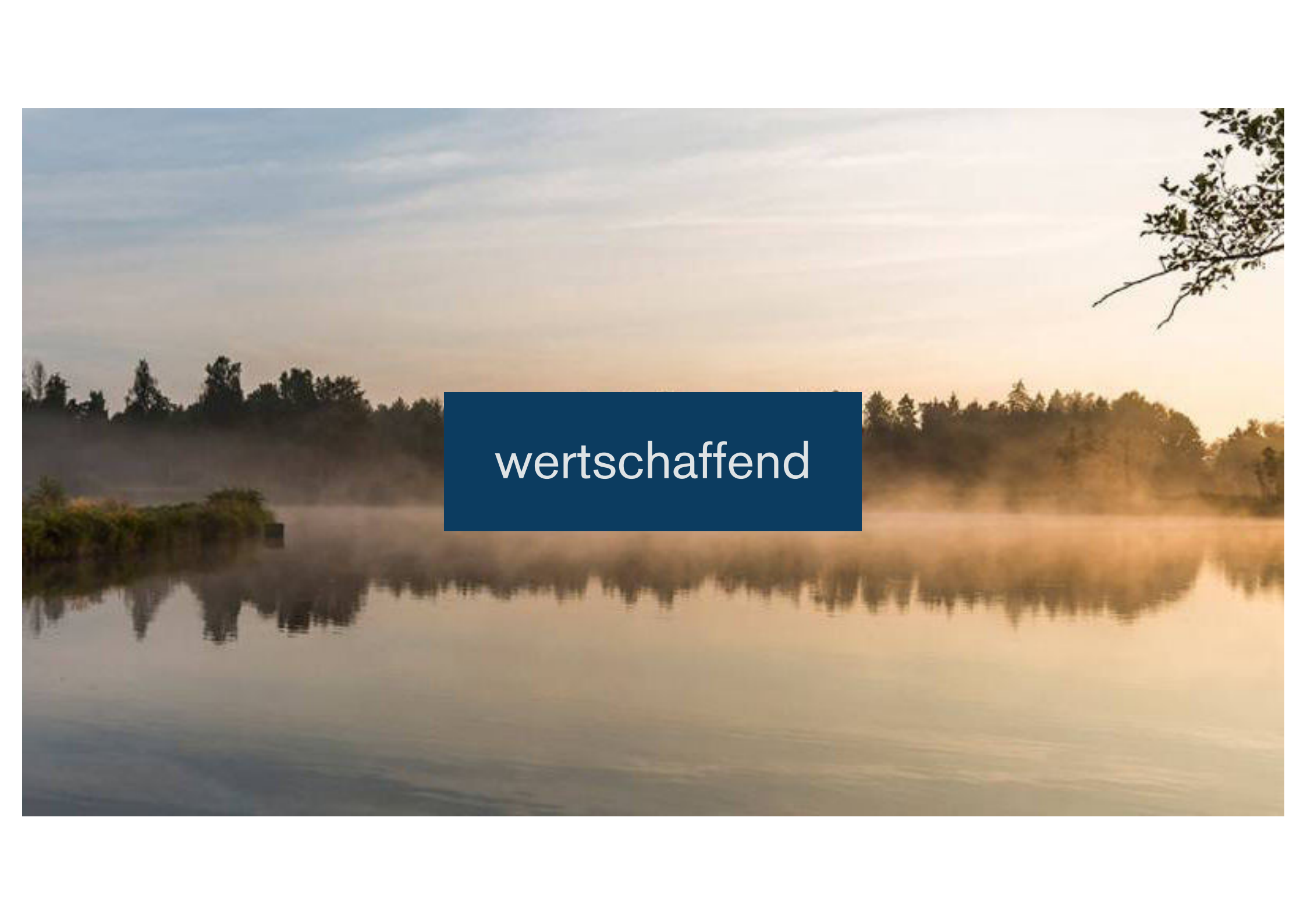
wertschaffend





wertschaffend



A serene landscape photograph of a misty lake at dawn or dusk. The water is calm, reflecting the soft, golden light of the sky and the silhouettes of the trees on the far shore. A thick layer of mist hangs just above the water's surface. In the center of the image, there is a dark blue rectangular box with the word "wertschaffend" written in white, lowercase, sans-serif font. The sky is a mix of pale blue and warm orange tones, suggesting the time is either early morning or late evening. A few tree branches are visible in the upper right corner, and a small, dark structure is partially visible on the left shore.

wertschaffend



wertschaffend



An aerial photograph of a recreational park. The park features a large, irregularly shaped lake with several small islands and peninsulas. A dense forest of green trees surrounds the lake. In the foreground, there is a sandy beach area with several people. To the right of the beach, there is a playground with various structures, including a large wooden fort-like structure and a smaller wooden building. A paved path runs along the edge of the lake and through the forest. The overall scene is bright and sunny, with shadows cast by the trees and structures.

wertschaffend

A photograph of two women standing outdoors in a park-like setting. The woman on the left has dark hair and is wearing a light blue sleeveless top. The woman on the right has blonde hair and is wearing a white patterned top. They are both smiling. In the background, there is a pond, a suspension bridge made of blue netting, and some wooden structures. A dark blue rectangular box with the word 'wertschaffend' in white text is overlaid on the image.

wertschaffend

Die Nr.1-Positionierung des
Oberpfälzer Seenlandes auf einen
Blick

Die Nr. 1-Positionierung für das Oberpfälzer Seenland



Nr.1-Positionierung

Das Oberpfälzer Seenland bietet

die größte Fülle erstklassiger Wassererlebnisse in Bayern

Ein-Wort-Wert

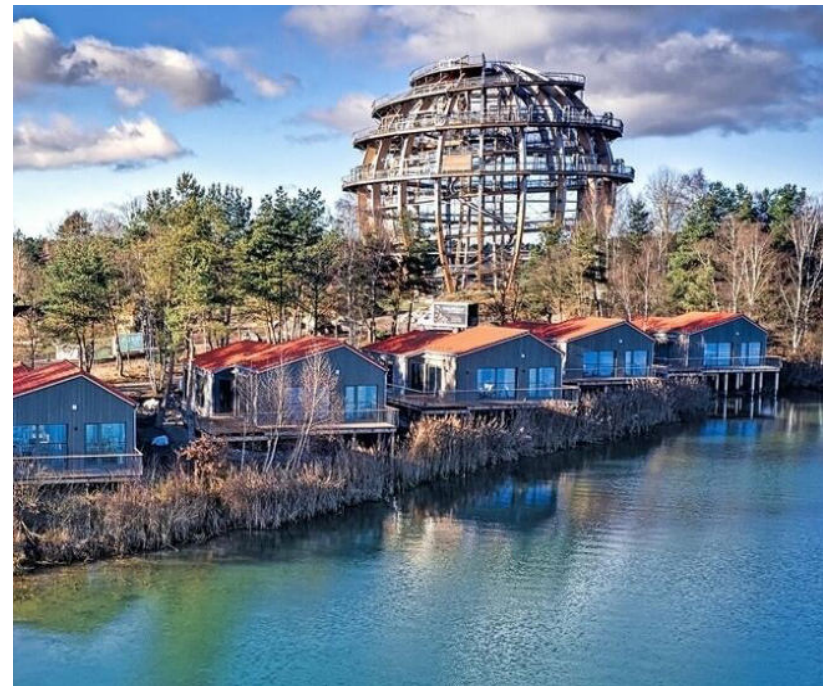
Ein-Wort-Wert

wertschaffend

Beispiel: Wie wir unsere Nr. 1-Position visualisieren müssen



Kein Wassererlebnis



Wassererlebnis und wertschaffend

11. Leitplanken für die Umsetzung

Strategische Handlungsprinzipien als Instrument zur Steuerung der Entwicklung



Wie steuern wir unsere Entwicklung? Strategische Handlungsprinzipien

Ableitung der Handlungsprinzipien aus der Strategie



Projektfrage	Kernwerte	Hypothesen	Attraktivitätstreiber	Nr. 1-Position
- Wie können wir unsere Vorteile herausstellen, - die Defizite beheben, insbesondere in der Infrastruktur, - ein hochwertiges Gesamtangebot für die Region schaffen, - das Gäste und Dienstleister begeistert, - und unsere Bekanntheit nachhaltig steigern?	zupackend belebend kostbar naturaktiv Genusskunst	- Im Oberpfälzer Seenland muss der Austausch untereinander ausgebaut werden, dafür fehlen aber die Formate und Initiativen. - Die Bevölkerung der Region nimmt das Oberpfälzer Seenland als gegeben wahr, misst dem Tourismus aber wenig Bedeutung zu. - Die Stagnation im Angebot hochwertiger Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe gefährdet die weitere Entwicklung des Oberpfälzer Seenlandes. - Die größte Stärke im Oberpfälzer Seenland ist seine Vielfalt, die aber der vielen Möglichkeiten wegen als austauschbar empfunden wird. - Kommunikation und Werbung für das Oberpfälzer Seenland sind besser als die Leistung. - Steinberger See und Murner See bewegen sich (zeitweise) an der Grenze zum Massentourismus. - Im Wettbewerb um künftige Arbeitskräfte ist der Tourismus gegenüber Industrie und Gewerbe in der Region im Nachteil. - Das Oberpfälzer Seenland hat einen beeindruckenden Wandel vom Braunkohletagebau zur Tourismusdestination vollzogen, nutzt aber das Potenzial seiner Wurzeln zu wenig für einzigartige Erlebnisse. - Das Oberpfälzer Seenland hat in den vergangenen Jahren viele Botschaften und Bilder von sich gezeigt und gesendet – das klare Bild in den Köpfen der Gäste und Einwohner ist aber nicht entstanden. - Dem Angebot im Oberpfälzer Seenland fehlt es ein wenig an Glanz, Liebe und Emotionalität.	Reizvolle Natur Wasserland-schaften Ländlichkeit Wasseraktivitäten Natursportqualität Vielseitiges Freizeitangebot Kulturvielelt Campingqualität Erreichbarkeit Dynamische Wirtschaft	Das Oberpfälzer Seenland bietet die größte Fülle erstklassiger Wassererlebnisse in Bayern Ein-Wort-Wert wertschaffend

Strategische Handlungsprinzipien

Quelle: Verdichtete Ergebnisse erarbeitet durch die Projektmitglieder Oberpfälzer Seenland am 9. Februar, 8. und 29. März 2023

Wassererlebnis-Prinzip

Herleitung: Wassererlebnis-Prinzip



Projektfrage	Kernwerte	Hypothesen	Attraktivitätstreiber	Nr. 1-Position
- Wie können wir unsere Vorteile herausstellen, - die Defizite beheben, insbesondere in der Infrastruktur, - ein hochwertiges Gesamtangebot für die Region schaffen, - das Gäste und Dienstleister begeistert, - und unsere Bekanntheit nachhaltig steigert?	zupackend belebend kostbar naturaktiv Genusskunst	- Im Oberpfälzer Seenland muss der Austausch untereinander ausgebaut werden, dafür fehlen aber die Formate und Initiativen. - Die Bevölkerung der Region nimmt das Oberpfälzer Seenland als gegeben wahr, misst dem Tourismus aber wenig Bedeutung zu. - Die Stagnation im Angebot hochwertiger Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe gefährdet die weitere Entwicklung des Oberpfälzer Seenlandes. Die größte Stärke im Oberpfälzer Seenland ist seine Vielfalt, die aber der vielen Möglichkeiten wegen als austauschbar empfunden wird. - Kommunikation und Werbung für das Oberpfälzer Seenland sind besser als die Leistung. - Steinberger See und Murner See bewegen sich (zeitweise) an der Grenze zum Massentourismus. - Im Wettbewerb um künftige Arbeitskräfte ist der Tourismus gegenüber Industrie und Gewerbe in der Region im Nachteil. - Das Oberpfälzer Seenland hat einen beeindruckenden Wandel vom Braunkohletagebau zur Tourismusdestination vollzogen, nutzt aber das Potenzial seiner Wurzeln zu wenig für einzigartige Erlebnisse. Dem Angebot im Oberpfälzer Seenland fehlt es ein wenig an Glanz, Liebe und Emotionalität. - Das Oberpfälzer Seenland hat in den vergangenen Jahren viele Botschaften und Bilder von sich gezeigt und gesendet – das klare Bild in den Köpfen der Gäste und Einwohner ist aber nicht entstanden.	Reizvolle Natur Wasserlandschaften Ländlichkeit Wasseraktivitäten Natursportqualität Vielseitiges Freizeitangebot Kulturvielelt Campingqualität Erreichbarkeit Dynamische Wirtschaft	Das Oberpfälzer Seenland bietet die größte Fülle erstklassiger Wassererlebnisse in Bayern Ein-Wort-Wert wertschaffend

Quelle: Verdichtete Ergebnisse erarbeitet durch die Projektmitglieder Oberpfälzer Seenland am 9. Februar, 8., 9. und 29. März 2023

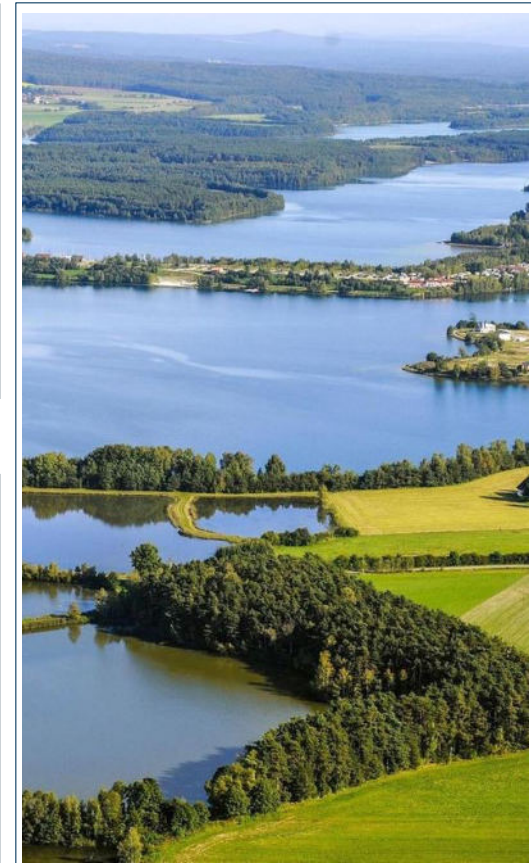
Bedeutung: Das Wassererlebnis-Prinzip

Ziel des Prinzips

Das Oberpfälzer Seenland hat aufgrund seiner Fülle an erstklassigen Wassererlebnissen eine exzellente Weiterempfehlungsrate und eine breite innere Akzeptanz erreicht.

Konsequenzen

Das Oberpfälzer Seenland fokussiert sich konsequent auf seine Nr. 1-Position, d.h. alle Angebote, Dienstleistungen, Services und die Kommunikation werden aus der Perspektive ihres Beitrages zu Erreichung der Positionierung des Versprechens im Ein-Wort-Wert bewertet.



Mitmach-Prinzip

Herleitung: Mitmach-Prinzip



Projektfrage	Kernwerte	Hypothesen	Attraktivitätstreiber	Nr. 1-Position
- Wie können wir unsere Vorteile herausstellen, - die Defizite beheben, insbesondere in der Infrastruktur, - ein hochwertiges Gesamtangebot für die Region schaffen, - das Gäste und Dienstleister begeistert, - und unsere Bekanntheit nachhaltig steigert?	zupackend belebend kostbar naturaktiv Genusskunst	- Im Oberpfälzer Seenland muss der Austausch untereinander ausgebaut werden, dafür fehlen aber die Formate und Initiativen. - Die Bevölkerung der Region nimmt das Oberpfälzer Seenland als gegeben wahr, misst dem Tourismus aber wenig Bedeutung zu. - Die Stagnation im Angebot hochwertiger Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe gefährdet die weitere Entwicklung des Oberpfälzer Seenlandes. - Die größte Stärke im Oberpfälzer Seenland ist seine Vielfalt, die aber der vielen Möglichkeiten wegen als austauschbar empfunden wird. - Kommunikation und Werbung für das Oberpfälzer Seenland sind besser als die Leistung. - Steinberger See und Murner See bewegen sich (zeitweise) an der Grenze zum Massentourismus. - Im Wettbewerb um künftige Arbeitskräfte ist der Tourismus gegenüber Industrie und Gewerbe in der Region im Nachteil. - Das Oberpfälzer Seenland hat einen beeindruckenden Wandel vom Braunkohletagebau zur Tourismusdestination vollzogen, nutzt aber das Potenzial seiner Wurzeln zu wenig für einzigartige Erlebnisse. - Das Oberpfälzer Seenland hat in den vergangenen Jahren viele Botschaften und Bilder von sich gezeigt und gesendet – das klare Bild in den Köpfen der Gäste und Einwohner ist aber nicht entstanden. - Dem Angebot im Oberpfälzer Seenland fehlt es ein wenig an Glanz, Liebe und Emotionalität.	Reizvolle Natur Wasserland-schaften Ländlichkeit Wasseraktivitäten Natursportqualität Vielseitiges Freizeitangebot Kulturvielelt Campingqualität Erreichbarkeit Dynamische Wirtschaft	Das Oberpfälzer Seenland bietet die größte Fülle erstklassiger Wassererlebnisse in Bayern Ein-Wort-Wert wertschaffend

Quelle: Verdichtete Ergebnisse erarbeitet durch die Projektmitglieder Oberpfälzer Seenland am 9. Februar, 8. und 29. März 2023

Bedeutung: Das Mitmach-Prinzip

Ziel des Prinzips

Gemeinsames Engagement über alle Ebenen, Institutionen und Leistungsträger hinweg führt zu einem übergreifenden Wertbewusstsein im Oberpfälzer Seenland.

Konsequenzen

Akteure unterschiedlichster Interessensgruppen im Oberpfälzer Seenland entwickeln gemeinsam Themen, Produkte und Angebote.

Wir schaffen Möglichkeiten für Bürger und Unternehmen, sich für die Marke des Oberpfälzer Seenlandes zu engagieren und somit zu seiner zukünftigen Attraktivität beizutragen, zum Beispiel durch Wettbewerbe oder ähnliche Aktionen.



Offenheits-Prinzip

Herleitung: Offenheits-Prinzip



Projektfrage	Kernwerte	Hypothesen	Attraktivitätstreiber	Nr. 1-Position
- Wie können wir unsere Vorteile herausstellen, - die Defizite beheben, insbesondere in der Infrastruktur, - ein hochwertiges Gesamtangebot für die Region schaffen, - das Gäste und Dienstleister begeistert, - und unsere Bekanntheit nachhaltig steigert?	zupackend belebend kostbar naturaktiv Genusskunst	- Im Oberpfälzer Seenland muss der Austausch untereinander ausgebaut werden, dafür fehlen aber die Formate und Initiativen. - Die Bevölkerung der Region nimmt das Oberpfälzer Seenland als gegeben wahr, misst dem Tourismus aber wenig Bedeutung zu. - Die Stagnation im Angebot hochwertiger Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe gefährdet die weitere Entwicklung des Oberpfälzer Seenlandes. - Die größte Stärke im Oberpfälzer Seenland ist seine Vielfalt, die aber der vielen Möglichkeiten wegen als austauschbar empfunden wird. - Kommunikation und Werbung für das Oberpfälzer Seenland sind besser als die Leistung. - Steinberger See und Murner See bewegen sich (zeitweise) an der Grenze zum Massentourismus. - Im Wettbewerb um künftige Arbeitskräfte ist der Tourismus gegenüber Industrie und Gewerbe in der Region im Nachteil. - Das Oberpfälzer Seenland hat einen beeindruckenden Wandel vom Braunkohletagebau zur Tourismusdestination vollzogen, nutzt aber das Potenzial seiner Wurzeln zu wenig für einzigartige Erlebnisse. - Dem Angebot im Oberpfälzer Seenland fehlt es ein wenig an Glanz, Liebe und Emotionalität. - Das Oberpfälzer Seenland hat in den vergangenen Jahren viele Botschaften und Bilder von sich gezeigt und gesendet – das klare Bild in den Köpfen der Gäste und Einwohner ist aber nicht entstanden.	Reizvolle Natur Wasserlandschaften Ländlichkeit Wasseraktivitäten Natursportqualität Vielseitiges Freizeitangebot Kulturvielelt Campingqualität Erreichbarkeit Dynamische Wirtschaft	Das Oberpfälzer Seenland bietet die größte Fülle erstklassiger Wassererlebnisse in Bayern Ein-Wort-Wert wertschaffend

Quelle: Verdichtete Ergebnisse erarbeitet durch die Projektmitglieder Oberpfälzer Seenland am 9. Februar, 8. und 29. März 2023

Bedeutung: Das Offenheits-Prinzip

Ziel des Prinzips

Die bewusst gepflegte Bereitschaft der Anspruchsgruppen im Oberpfälzer Seenland, neue Erfahrungen und Ideen zu akzeptieren, zu erkunden und auszutauschen, wird zur Stärke und lässt sich vielfältig wahrnehmen.

Konsequenzen

Wir bauen kontinuierlich und strategisch Angebote und Formate aus, um das Interesse und die Offenheit bei relevanten Organisationen, Stakeholdern und Interessierten zu fördern.

Wir vermitteln Weltoffenheit und Gemeinschaftsgefühl in all unseren Veranstaltungen, Events, touristischen Angeboten, Sprache und Services.



Wert-Prinzip

Herleitung: Wert-Prinzip



Projektfrage	Kernwerte	Hypothesen	Attraktivitätstreiber	Nr. 1-Position
- Wie können wir unsere Vorteile herausstellen, - die Defizite beheben, insbesondere in der Infrastruktur, - ein hochwertiges Gesamtangebot für die Region schaffen, - das Gäste und Dienstleister begeistert, - und unsere Bekanntheit nachhaltig steigert?	zupackend belebend kostbar naturaktiv Genusskunst	- Im Oberpfälzer Seenland muss der Austausch untereinander ausgebaut werden, dafür fehlen aber die Formate und Initiativen. - Die Bevölkerung der Region nimmt das Oberpfälzer Seenland als gegeben wahr, misst dem Tourismus aber wenig Bedeutung zu. - Die Stagnation im Angebot hochwertiger Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe gefährdet die weitere Entwicklung des Oberpfälzer Seenlandes. - Die größte Stärke im Oberpfälzer Seenland ist seine Vielfalt, die aber der vielen Möglichkeiten wegen als austauschbar empfunden wird. - Kommunikation und Werbung für das Oberpfälzer Seenland sind besser als die Leistung. - Steinberger See und Murner See bewegen sich (zeitweise) an der Grenze zum Massentourismus. - Im Wettbewerb um künftige Arbeitskräfte ist der Tourismus gegenüber Industrie und Gewerbe in der Region im Nachteil. - Das Oberpfälzer Seenland hat einen beeindruckenden Wandel vom Braunkohletagebau zur Tourismusdestination vollzogen, nutzt aber das Potenzial seiner Wurzeln zu wenig für einzigartige Erlebnisse. - Dem Angebot im Oberpfälzer Seenland fehlt es ein wenig an Glanz, Liebe und Emotionalität. - Das Oberpfälzer Seenland hat in den vergangenen Jahren viele Botschaften und Bilder von sich gezeigt und gesendet – das klare Bild in den Köpfen der Gäste und Einwohner ist aber nicht entstanden.	Reizvolle Natur Wasserlandschaften Ländlichkeit Wasseraktivitäten Natursportqualität Vielseitiges Freizeitangebot Kulturvielefalt Campingqualität Erreichbarkeit Dynamische Wirtschaft	Das Oberpfälzer Seenland bietet die größte Fülle erstklassiger Wassererlebnisse in Bayern Ein-Wort-Wert wertschaffend

Quelle: Verdichtete Ergebnisse erarbeitet durch die Projektmitglieder Oberpfälzer Seenland am 9. Februar, 8. und 29. März 2023

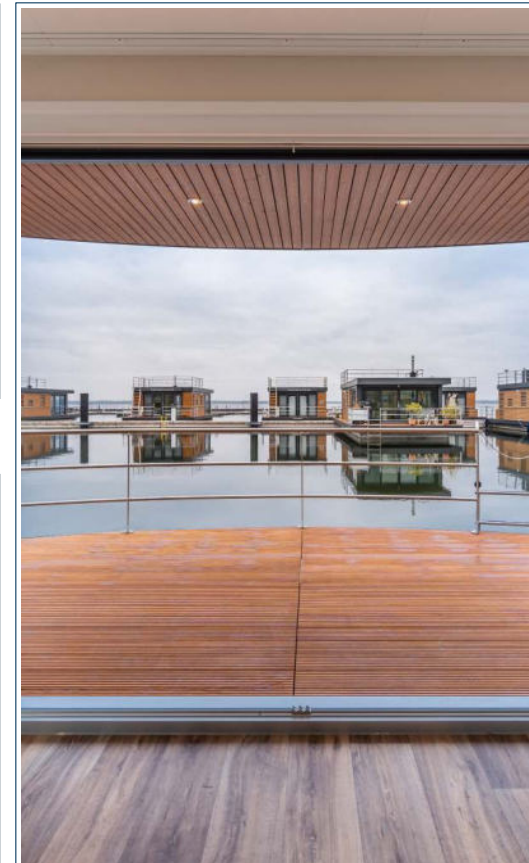
Bedeutung: Das Wert-Prinzip

Ziel des Prinzips

Bei allem, was die Akteure im Oberpfälzer Seenland initiieren und tun, achten sie darauf die Stärken zu stärken und eine Nuance besser als der Durchschnitt zu sein.

Konsequenzen

Auf der Informationsebene wird konsequent der inhaltliche und emotionale Wert der Leistung in den Vordergrund gestellt und kommuniziert.
Auf der Leistungsebene gelten die drei Fragen der Differenzierung als Richtschnur:
Ist es bewusst anders als der Mainstream? Leben wir unsere Werte? Können den Mehrwert für alle Beteiligten formulieren.



Die strategischen Handlungsprinzipien in der Übersicht



Strategische Prinzip	Ziel
Wassererlebnis-Prinzip	Das Oberpfälzer Seenland hat aufgrund seiner Fülle an erstklassigen Wassererlebnissen eine exzellente Weiterempfehlungsrate und eine breite innere Akzeptanz erreicht.
Mitmach-Prinzip	Gemeinsames Engagement über alle Ebenen, Institutionen und Leistungsträger hinweg führt zu einem übergreifenden Wertbewusstsein im Oberpfälzer Seenland.
Offenheits-Prinzip	Die bewusst gepflegte Bereitschaft der Anspruchsgruppen im Oberpfälzer Seenland, neue Erfahrungen und Ideen zu akzeptieren, zu erkunden und auszutauschen, wird zur Stärke und lässt sich vielfältig wahrnehmen.
Wert-Prinzip	Bei allem, was die Akteure im Oberpfälzer Seenland initiieren und tun, achten sie darauf die Stärken zu stärken und eine Nuance besser als der Durchschnitt zu sein.



12. Umsetzungsprogramme

Ableitung erster Maßnahmen für die Umsetzung der Zukunftsstrategie



Entwicklung von Umsetzungsprogrammen

Gruppe 1





positionierend
entspricht unserer Positionierung
und grenzt uns klar vom Oberpfälzer Wald ab

nicht positionierend
entspricht zwar unserer Positionierung,
beidet uns allerdings geringfügig oder gar
nicht vom Oberpfälzer Wald

Montagsmaßnahme
kann sofort umgesetzt
oder getestet werden

Quick Win
Umsetzungsdauer
50 – 100 Tage

Leuchttürme
langfristige Weiterentwicklung
des Oberpfälzer Seenlandes

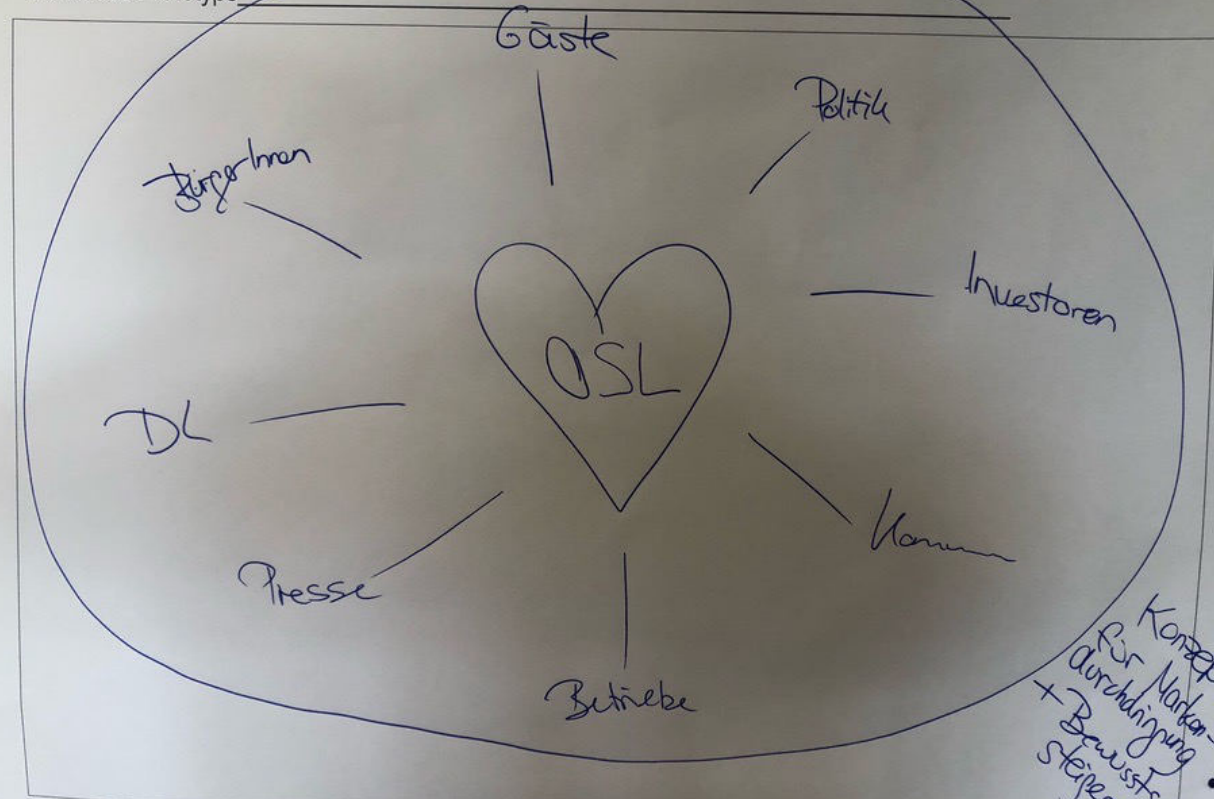
Innenmarketing

Neue Angebote
& Infrastruktur

Service -
Qualität

Entwicklung von Prototypen

Name des Prototyps



Umsetzungsplanung

Name des Prototyps: Identifikation der BürgerInnen mit dem OSL steigern

Verantwortet von:

Kurz Beschreibung des Prototyps in drei Stichpunkten:

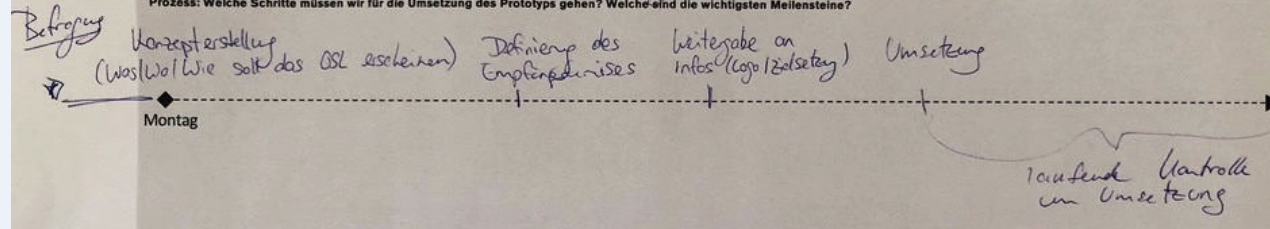
- Bewusstsein in Bevölkerung steigern
- Chancen des Tourismus bewusster machen
- "Wir-Gefühl" stärken

Welche Herausforderung gehen wir damit an bzw. welches Problem lösen wir?
BürgerInnen erreichen, Interesse wecken, Wahrnehmung

Zielsetzung: Wie messen wir den Erfolg unseres Prototyps?

- Befragung der Bevölkerung vor und nach der Maßnahme
- Medienreife vor und nach der Maßnahme

Prozess: Welche Schritte müssen wir für die Umsetzung des Prototyps gehen? Welche sind die wichtigsten Meilensteine?



Was braucht es für die Umsetzung und ist dies bereits vorhanden?

- ☒ Projektverantwortliche/r
- ☒ Erstellung eines Konzeptes
- ☒ Engagement der Kommunen
- ☒ Budget für Handout/Agentur
- ☒ Zeit
- ☒ Befragung vorher/nachher
- ☐

WAS TUT	WER	WANN?
OSL Konzepterstellung	OSL	3 Monate → Juni
Vorstellung in den Gemeinden	OSL	6-9 Monate
Verteilung an relevante Betriebe + Dienstleister	Kommune	1-12 Monate
Umsetzung in der Praxis	alle	ab 12 Monate
		↘
		∞
Befragung vorher/nachher	OSL	Vor Projektbeginn + nach ca. 1 Jahr Laufzeit

Gruppe 2





Welche Maßnahmen sollen wann umgesetzt werden?

Montagsmaßnahme
kann sofort umgesetzt
oder getestet werden

Quick Win
Umsetzungsdauer
50 – 100 Tage

Leuchttürme
langfristige Weiterentwicklung
des Oberpfälzer Seenlandes

positionierend
entspricht unserer Positionierung
und grenzt uns klar vom Oberpfälzer Wald ab

nicht positionierend
entspricht zwar unserer Positionierung,
scheidet uns allerdings geringfügig oder gar
nicht vom Oberpfälzer Wald

Anhaltendes Förderungs-
und Beratungsangebot

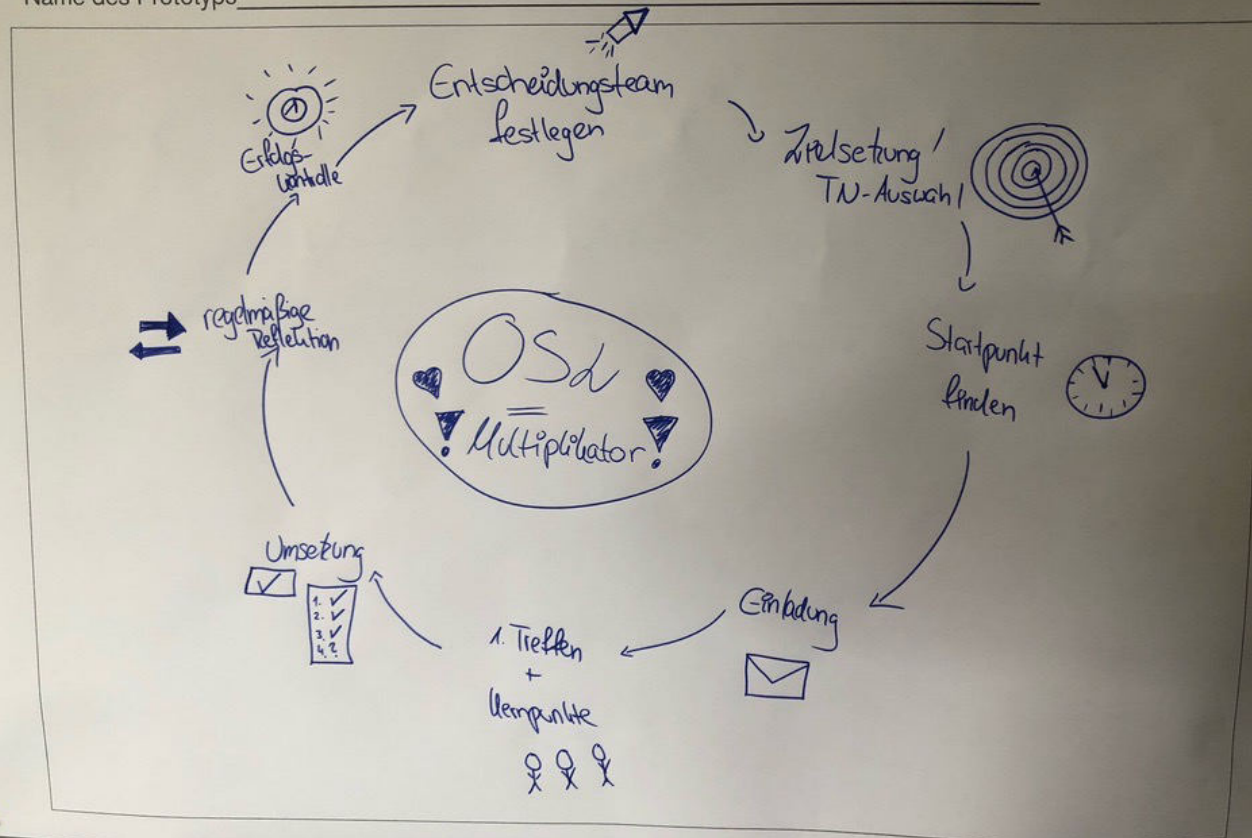
Organisierter, gemeinsamer
Informationsaustausch

Mobilitätskonzept
für Einheimische
kostenlos

Belebung des Tourismus
übergeordnet Förderung
↳ Bodo

Entwicklung von Prototypen

Name des Prototyps _____



Umsetzungsplanung

Name des Prototyps: Organisierter Informationsaustausch

Verantwortet von: OSL

Kurz Beschreibung des Prototyps in drei Stichpunkten:

- Einbindung von Kommunen
- Einbindung Unternehmer
- Einbindung der Bevölkerung

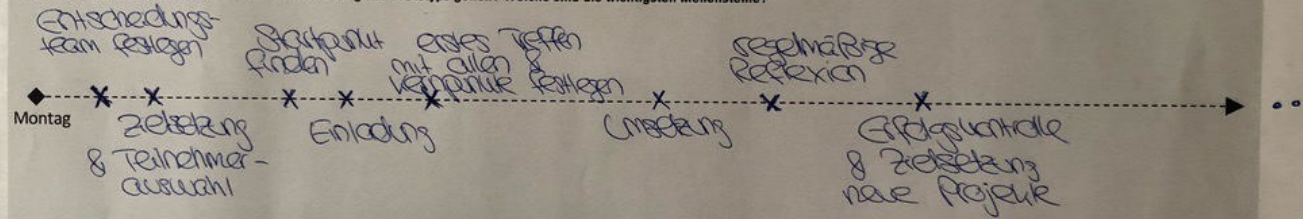
Welche Herausforderung gehen wir damit an bzw. welches Problem lösen wir:

fehlende Kommunikation, Informationsfluß

Zielsetzung: Wie messen wir den Erfolg unseres Prototyps?

- Regelmäßige Treffen mit hoher Beteiligung
- positives Feedback
- Ideenrückfluß & Umsetzung

Prozess: Welche Schritte müssen wir für die Umsetzung des Prototyps gehen? Welche sind die wichtigsten Meilensteine?



Was braucht es für die Umsetzung und ist dies bereits vorhanden?

- ☒ Kräumlichkeiten
- ☐ Entscheidungsträger
- ☐ Initiator OSL
- ☐ Referenten
- ☐ gemeinsame Projekte
- ☐ _____
- ☐ _____

WAS TUT	WER	WANN?
<u>Startschluß</u>	<u>OSL</u>	<u>so schnell wie möglich</u>
<u>Informationsaustausch</u>	<u>Teilnehmer</u>	<u>auch zw. den Treffen</u>
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Gruppe 3





Kategorisierung der Maßnahmen

Welche Maßnahmen sollen wann umgesetzt werden?

Maßnahmen, die
sofort umgesetzt
oder gelöst werden

Quick Wins
(Einsparungsmaßnahmen
100 - 1000 Tage)

Leuchttürme
(wichtige Investitionsentscheidungen
des Chancensystems)

Verordnung
- GEBÄUDE
- ENERGIE
- WASSER
- KLIMA
- TRAFIK

VERBODEN
SPELLE

WIKI
BILDER

Fähigkeit
Neben
VERBODEN
TRAFIK

FORUM

Welche Maßnahmen sollen wann umgesetzt werden?

positionierend
entspricht unserer Positionierung
und grenzt uns klar vom Oberpfälzer Wald ab

nicht positionierend
entspricht zwar unserer Positionierung,
scheidet uns allerdings geringfügig oder gar
nicht vom Oberpfälzer Wald

Montagsmaßnahme
kann sofort umgesetzt
oder getestet werden

Quick Win
Umsetzungsdauer
50 - 100 Tage

Leuchttürme
langfristige Weiterentwicklung
des Oberpfälzer Seenlandes

Vernetzung

- GEMEINDE/
KOMMUNE
- GEWERBE
WIRTSCHAFT
- PRIVAT

VERANTWORTL.
STELLE

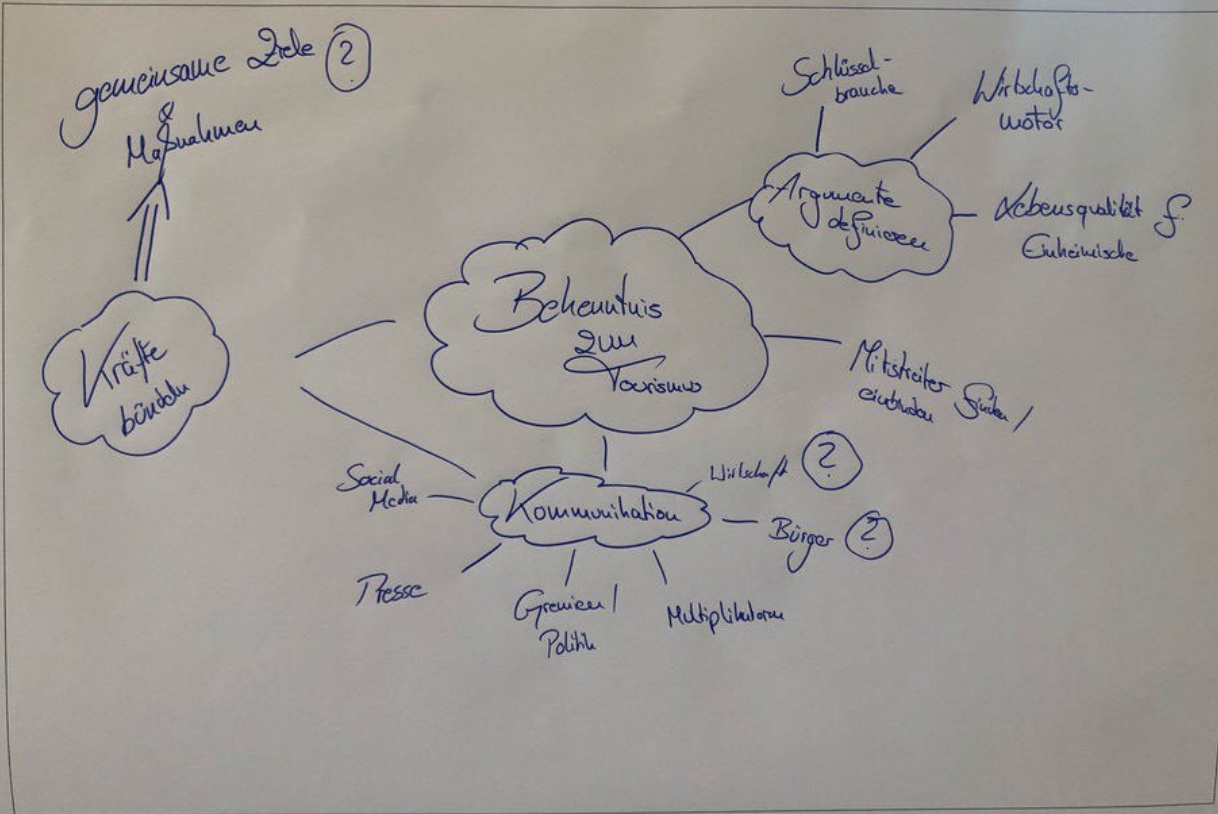


Politik als
Motor

VERSTÄNDNIS
für
TOURISMUS

Entwicklung von Prototypen

Name des Prototyps Bekenntnis zum Tourismus



Umsetzungsplanung

Name des Prototyps: Bekanntheit zum Tourismus

Verantwortet von:

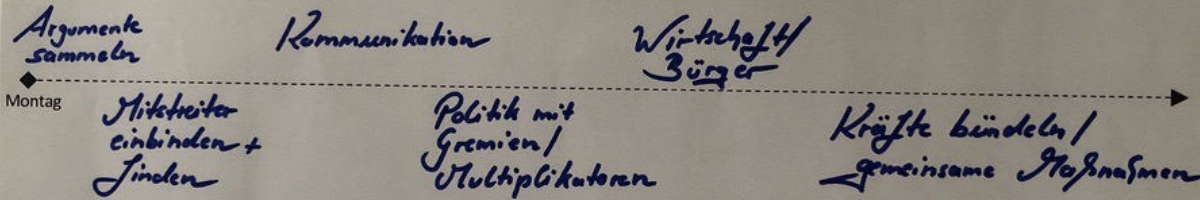
Kurz Beschreibung des Prototyps in drei Stichpunkten:

- Schlüsselbranche
- Wirtschaftsmotor
- Lebensqualität für Einheimische

Welche Herausforderung gehen wir damit an bzw. welches Problem lösen wir:

Zielsetzung: Wie messen wir den Erfolg unseres Prototyps?

Prozess: Welche Schritte müssen wir für die Umsetzung des Prototyps gehen? Welche sind die wichtigsten Meilensteine?



Was braucht es für die Umsetzung und ist dies bereits vorhanden?

- ☐ Eigenrecherche u. Erhebung
- ☐ Mitarbeiter suchen
- ☐ Netzwerkveranstaltungen
- ☐ Kräfte bündeln
- ☐
- ☐
- ☐

WAS TUT

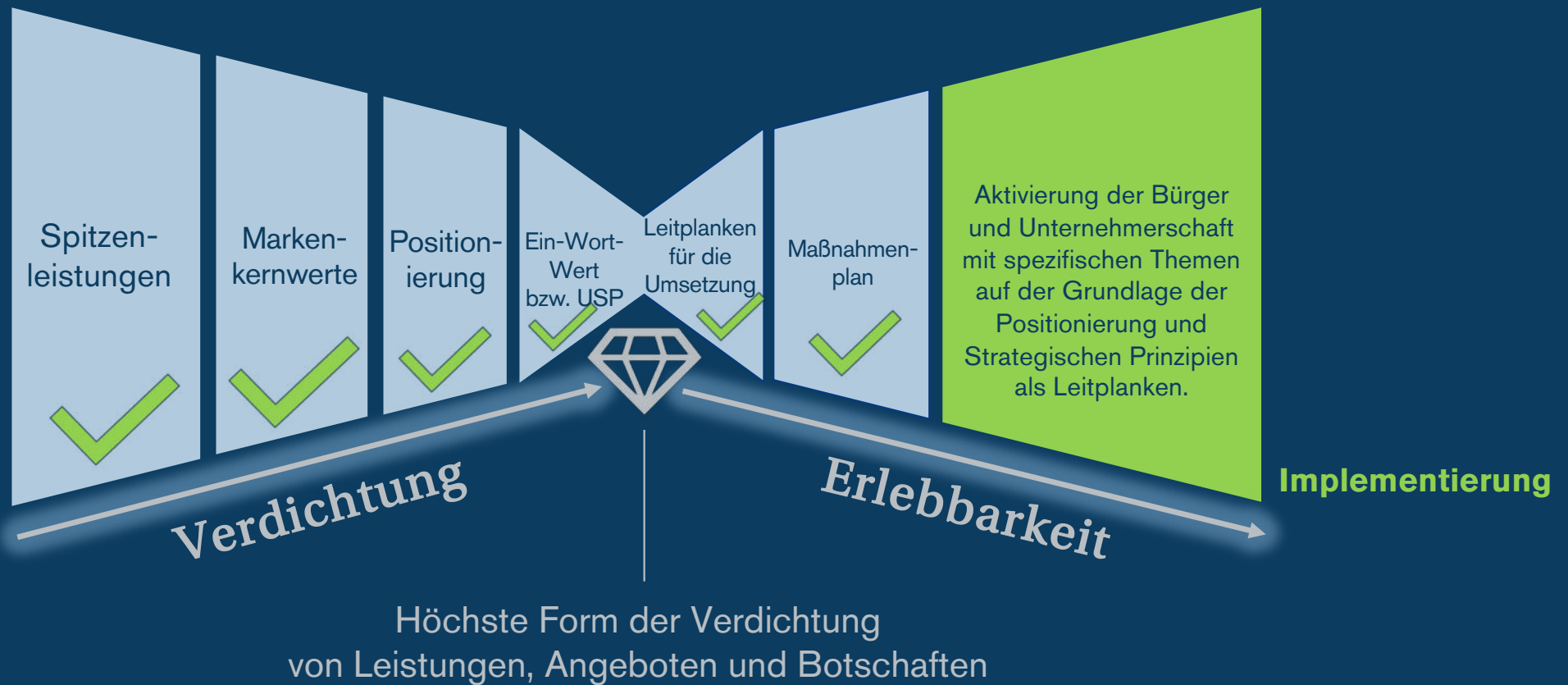
WER

WANN?

Argument definieren	GS OSZ	ab sofort!
	GS OSZ	
	GS OSZ	
Ziele / Maßnahmen		

13. Ausblick und Abschluss

Unser Weg vom Zukunftsbild in die Umsetzung





Die Implementierung einer Marke vollzieht sich nicht über Nacht, sondern gewinnt allmählich an Fahrt, um dann nur noch schwer gebremst werden zu können.

„Und jedem Anfang wohnt ein Zauber inne, der uns
beschützt und der uns hilft, zu leben. Wir sollen heiter Raum
um Raum durchschreiten, an keinem wie an einer Heimat
hängen, der Weltgeist will nicht fesseln uns und engen, er
will uns Stuf ´ um Stufe heben, weiten“.

Hermann Hesse

Alois Dorfner Markenberatung

Telefon: +49 151 6441 2874

Mail: alois.dorfner@ad-markenberatung.de

Alois 
Dorfner 
Markenbildung.
Transformation.

Copyright

Alle in dieser Dokumentation enthaltenen Strategien, Modelle, Konzepte und Schlussfolgerungen sind ausschließliches geistiges Eigentum (Ausnahme bei Quellenangaben) von Alois Dorfner Markenberatung– und urheberrechtlich geschützt. Sie werden dem Auftraggeber zu dessen ausschließlicher Nutzung zeitlich unbefristet überlassen. Alle hierin enthaltenen Informationen unterliegen der Geheimhaltung und sind nur für den Auftraggeber bestimmt. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt diese Dokumentation zu verändern oder außerhalb seines Unternehmens zu veröffentlichen oder zu verbreiten. Diese Bestimmung kann ausschließlich mit schriftlicher Zustimmung von Alois Dorfner Markenberatung – abgeändert oder widerrufen werden. Mündliche Vereinbarungen besitzen keine Gültigkeit.